




3 1761 11712357 0





Digitized by the Internet Archive  
in 2023 with funding from  
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761117123570>









Catalogue 63-008 Monthly

# Wholesale Trade

January 1995

Catalogue 63-008 Mensuel

# Commerce de gros

Janvier 1995



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada



## Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

## How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Wholesale Trade Section,  
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 Telephone:  
(1-613-951-3541) or to the Statistics Canada  
reference centre in:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montreal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Toll-free access is provided in all provinces and territories, **for users who reside outside the local dialing area** of any of the regional reference centres.

Newfoundland, Labrador, Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Saskatchewan	1-800-667-7164
Manitoba	1-800-661-7828
Southern Alberta	1-800-882-5616
Alberta and Northwest Territories	1-800-563-7828
British Columbia and Yukon	1-800-663-1551

**Telecommunications Device for the  
Hearing Impaired** 1-800-363-7629

## How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Marketing Division, Sales and Service, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)  
Facsimile Number (1-613-951-1584)  
Toronto Credit Card Only (1-416-973-8018)

**Toll Free Order Only Line (Canada  
and United States)** 1-800-267-6677

## Standards of Service to the Public

To maintain quality service to the public, Statistics Canada follows established standards covering statistical products and services, delivery of statistical information, cost-recovered services and service to respondents. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

## Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimés d'ordinateur, microfiches et microfilms et bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolinguage et le système d'extraction de Statistique Canada.

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de gros,  
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 téléphone:  
(1-613-951-3541) ou au centre de consultation de  
Statistique Canada à:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montréal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, **aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador, Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Saskatchewan	1-800-667-7164
Manitoba	1-800-661-7828
Sud de l'Alberta	1-800-882-5616
Alberta et Territoires du Nord-Ouest	1-800-563-7828
Colombie-Britannique et Yukon	1-800-663-1551

**Appareils de télécommunications pour  
les malentendants** 1-800-363-7629

## Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Division du marketing, Ventes et Service, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)  
Numéro du télécopieur (1-613-951-1584)  
Toronto Carte de crédit seulement (1-416-973-8018)

**Numéro sans frais pour commander  
seulement(Canada et États-Unis)** 1-800-267-6677

## Normes de service au public

Afin de maintenir la qualité du service au public, Statistique Canada observe des normes établies en matière de produits et de services statistiques, de diffusion d'information statistique, de services à recouvrement des coûts et de services aux répondants. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.





Statistics Canada  
Industry Division  
Wholesale Trade Section

# Wholesale Trade

January 1995

Statistique Canada  
Division de l'industrie  
Section du commerce de gros

# Commerce de gros

Janvier 1995

Published by authority of the Minister  
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry,  
Science and Technology, 1995

All rights reserved. No part of this publication  
may be reproduced, stored in a retrieval system  
or transmitted in any form or by any means,  
electronic, mechanical, photocopying, recording  
or otherwise without prior written permission  
from Licence Services, Marketing Division,  
Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada  
K1A 0T6.

**April 1995**

Price: Canada: \$16.00 per issue,  
\$160.00 annually  
United States: US\$20.00 per issue,  
US\$192.00 annually  
Other Countries: US\$23.00 per issue,  
US\$224.00 annually

**Catalogue 63-008, Vol. 58, No. 1**

ISSN 0380-7894

Ottawa

---

## Note of Appreciation

Canada owes the success of its statistical system  
to a long-standing cooperation involving Statistics  
Canada, the citizens of Canada, its businesses,  
governments and other institutions. Accurate and  
timely statistical information could not be produced  
without their continued cooperation and goodwill.

Publication autorisée par le ministre  
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, des Sciences  
et de la Technologie, 1995

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire  
ou de transmettre le contenu de la présente  
publication, sous quelque forme ou par quelque  
moyen que ce soit, enregistrement sur support  
magnétique, reproduction électronique,  
mécanique, photographique, ou autre, ou de  
l'emmagasiner dans un système de recouvrement  
sans l'autorisation écrite préalable des  
Services de concession des droits de licence,  
Division du marketing, Statistique Canada,  
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

**Avril 1995**

Prix: Canada: 16 \$ l'exemplaire,  
160 \$ par année  
États-Unis: 20 \$ US l'exemplaire,  
192 \$ US par année  
Autres pays: 23 \$ US l'exemplaire,  
224 \$ US par année

**Catalogue 63-008, vol. 58, no. 1**

ISSN 0380-7894

Ottawa

---

## Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada  
repose sur un partenariat bien établi entre  
Statistique Canada et la population, les entreprises,  
les administrations canadiennes et les autres  
organismes. Sans cette collaboration et cette bonne  
volonté, il serait impossible de produire des  
statistiques précises et actuelles.



## Symbols

The following symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.
- \* The reader is asked to note that the data are either based on a response which falls below the usual standard for publication or have a greater degree of variability than normal associated with them due to list structure changes i.e., birth/death adjustments and classification changes, and should therefore be used with caution.

## NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

## A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Wholesale Trade (Matrix Nos. 0059, 0061, 0648, 0649), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **G. Andrusiak**, Director, Industry Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **L. Murphy**, Acting Chief, Wholesale Trade Section, Distributive Trades, Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.

## Signes conventionnels

Les signes suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.
- \* Le lecteur est prié de noter que les données sont fondées sur des réponses qui ne satisfont pas à la norme habituelle exigée pour la publication ou que celles-ci ont une plus grande marge d'inconsistance que l'on devrait normalement obtenir, et ce, à cause de la structure de la liste, c'est-à-dire des ajustements dus aux créations et aux disparitions et des changements dans le classement

## NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

## NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (système canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de gros (matrice nos 0059, 0061, 0648, 0649), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **G. Andrusiak**, directeur, Division de l'industrie
- **R. Lussier**, directeur adjoint, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- **L. Murphy**, chef intérimaire, Section du commerce de gros, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences - "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 - 1984.



TABLE OF CONTENTS	PAGE	TABLE DES MATIERES	PAGE
Introduction	v	Introduction	v
Charts	vii	Graphiques	vii
Highlights	ix	Points saillants	ix
Statistical Tables		Tableaux statistiques	
1. Wholesale Merchants Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region	2	1. Ventes des marchands de gros, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région	2
2. Wholesale Merchants Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region	4	2. Ventes des marchands de gros, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région	4
3. Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Sales	6	3. Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des ventes	6
4. Wholesale Merchants Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region, Historical	8	4. Ventes des marchands de gros, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région, historique	8
5. Wholesale Merchants Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region, Historical	10	5. Ventes des marchands de gros, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région, historique	10
6. Wholesale Merchants Inventories, Seasonally Adjusted, by Trade Group	12	6. Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce	12
7. Wholesale Merchants Inventories, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group	12	7. Stocks des marchands de gros, non-désaisonnalisés, selon le groupe de commerce	12
8. Wholesale Merchants Inventories, Seasonally Adjusted, by Trade Group, Historical	14	8. Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce, historique	14
9. Wholesale Merchants Inventories, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group, Historical	14	9. Stocks des marchands de gros, non-désaisonnalisés, selon le groupe de commerce, historique	14
10. Wholesale Merchants Inventories/Sales Ratio, Seasonally Adjusted, by Trade Group	16	10. Marchands de gros, rapport stocks/ventes, désaisonné, selon le groupe de commerce	16
11. Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Inventories	16	11. Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des stocks	16
Appendix		Appendice	
I. Definitions and Concepts	20	I. Définitions et concepts	20
II. Survey Methodology	22	II. Méthodologie de l'enquête	22
III. Data Reliability	24	III. Fiabilité des données	24
IV. Trade Group Coverage	27	IV. Couverture des groupes de commerce	27
V. Other Survey Related Issues	29	V. Autres points concernant l'enquête	29





## Introduction

This publication presents estimates of monthly sales of wholesale merchant establishments for Canada, each province and for the Yukon and Northwest Territories combined. In addition to total sales, sales and inventories, and as well as inventories to sales ratios appear for major trade groups based on the 1980 Standard Industrial Classification.

Sales figures are on a net basis (gross sales less returns, adjustments and discounts) whether on cash or credit, and exclude any taxes collected. Also included are commissions earned by wholesalers also acting as agents, while the sales of goods owned by others are excluded.

Inventory figures are the value of the goods owned and held for resale. Included are any inventory in transit or on consignment. Excluded are goods owned and held in inventory abroad, and inventories held on consignment from others.

The estimates contained in this publication are derived from a redesigned monthly survey which incorporates a revised list of wholesale businesses. For a more detailed discussion of the new survey methodology see Appendix II in January 1994 issue.

Establishments in wholesale trade are primarily engaged in selling merchandise to retailers, to other wholesalers, to industrial, commercial, institutional and professional users, to farmers for use in farm production, and for export; or acting as agents or brokers in buying or selling merchandise to such persons or organizations on a commission basis.

However sales to end-users of certain commodities (usually capital or investment (non-consumer) goods) such as computer equipment, feed, seed or other farm supplies, lumber and building materials, trucks and commercial vehicles, and all types of machinery and equipment are always classified to wholesale trade. A complete review of definitions and concepts appears in Appendix I in the January 1994 issue.

Users should note that each month, unless otherwise indicated, this publication will contain preliminary estimates for the current month and revised estimates for the preceding month for the unadjusted series. The estimates of the seasonally adjusted series are revised for the preceding three months.

## Introduction

La présente publication donne des estimations des ventes mensuelles des établissements de commerce de gros pour le Canada, les provinces, le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest ensemble. En plus des ventes totales, elle contient des données ventilées pour les ventes et les stocks, ainsi que les rapports entre les stocks et les ventes, selon les grands groupes de commerce établis par la Classification type des industries de 1980.

Les chiffres concernent les ventes nettes (ventes brutes diminuées des rendus, des rabais et des escomptes), à crédit ou à comptants, sans les taxes perçues. Sont incluses les commissions obtenues par les grossistes faisant aussi fonction d'agents, mais non les ventes de marchandises appartenant à d'autres entreprises.

Les données sur les stocks représentent la valeur des marchandises possédées et détenues pour la revente. Sont inclus tous les stocks en transit ou en consignment. Ne sont pas comptées les marchandises possédées et détenues à l'étranger, ainsi que les stocks détenus en consignment pour les autres.

Les estimations contenues dans la présente publication sont tirées d'une enquête mensuelle remaniée, qui se fonde sur une liste révisée des établissements de commerce de gros. L'appendice II dans la publication de janvier 1994, traite en détail de la méthodologie employée pour l'enquête.

Les établissements dont l'activité principale est le commerce de gros vendent des marchandises à des détaillants, à d'autres grossistes, à des industriels, à des commerçants, à des établissements publics, à des professionnels, à des agriculteurs s'il s'agit de marchandises destinées à la production agricole, et à d'autres pays; ou encore vendent des marchandises ou en achètent pour le compte d'autrui, à titre d'agents ou de courtiers, moyennant une commission.

Par ailleurs, on attribue toujours au commerce de gros les ventes de certains produits à l'utilisateur final (habituellement les biens d'équipement ou d'investissement), par exemple le matériel informatique, les aliments pour animaux, les semences et les autres fournitures agricoles, le bois et les matériaux de construction, les camions et les véhicules commerciaux, et tous les genres de machines et de matériel. L'appendice I dans la publication de janvier 1994, contient l'ensemble des définitions et des concepts.

L'utilisateur devrait noter que la publication renfermera tous les mois, à moins d'indication contraire, les estimations provisoires pour le mois en cours et les estimations révisées du mois précédent pour les séries non désaisonnalisées. Les estimations des séries désaisonnalisées sont révisées pour les trois mois précédents.





Chart 1

Graphique 1

## Wholesale Merchants' Sales

## Ventes des marchands de gros

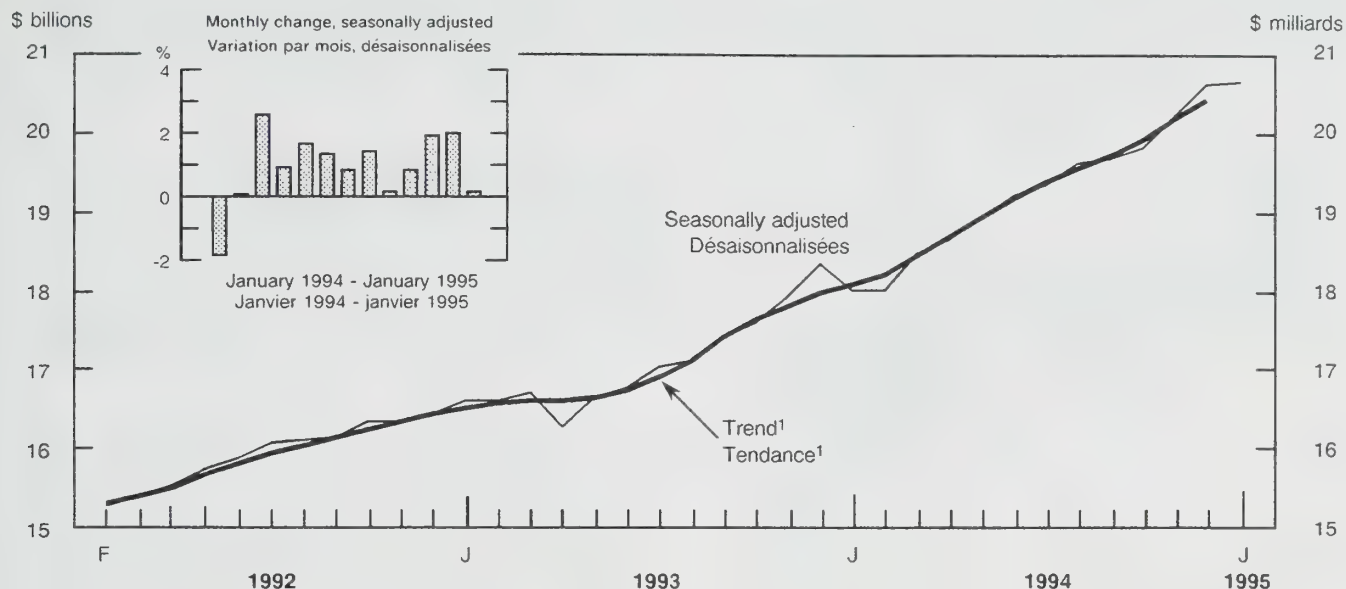
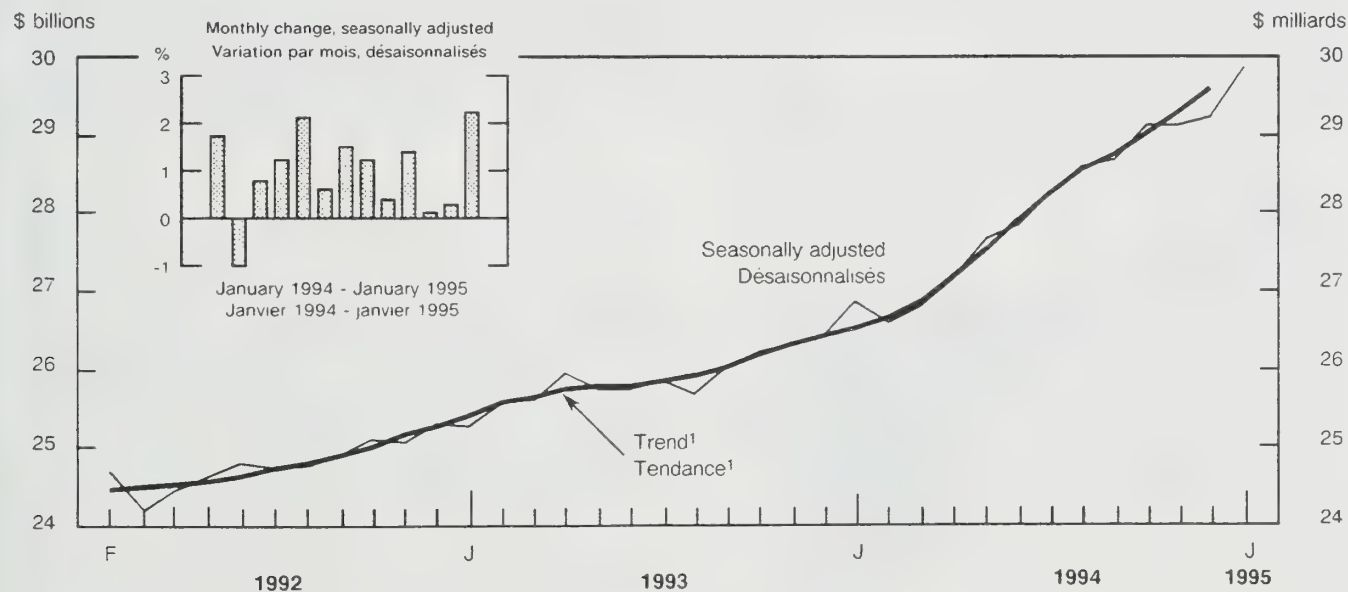


Chart 2

Graphique 2

## Wholesale Merchants' Inventories

## Stocks des marchands de gros



<sup>1</sup> The short-term trend represents a weighted average of data.

<sup>1</sup> La tendance à court terme représente une moyenne pondérée des données.

Chart 3

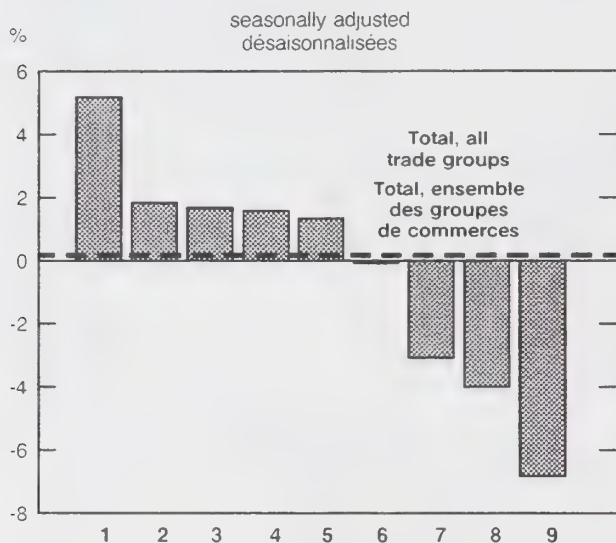
### Wholesale Merchants' Sales by Trade Group, January 1995

Percentage change, previous month

Graphique 3

### Ventes des marchands de gros par groupe de commerce, janvier 1995

Variation en pourcentage par rapport au mois précédent



Other products	1	Autres produits
Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	2	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage
Other machinery, equipment and supplies	3	Autres machines, matériel et fournitures
Lumber and building materials	4	Bois et matériaux de construction
Farm machinery, equipment and supplies	5	Machines, matériel et fournitures agricoles
Household goods	6	Articles ménagers
Food, beverage, drug and tobacco products	7	Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac
Motor vehicles, parts and accessories	8	Véhicules automobiles, pièces et accessoires
Apparel and dry goods	9	Vêtements et articles de mercerie

Chart 4

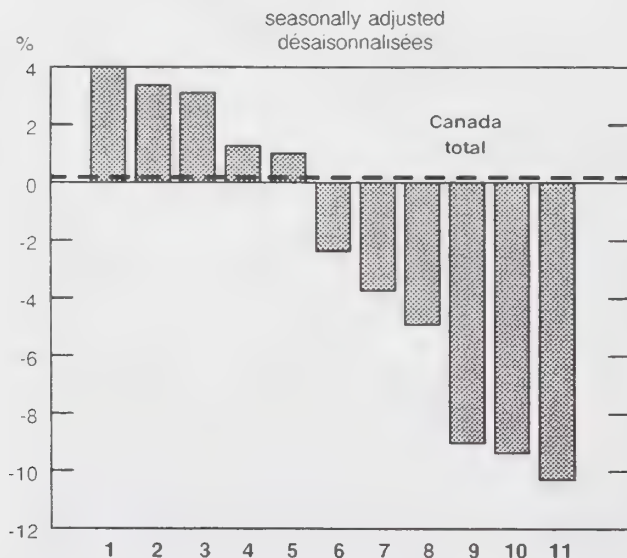
### Wholesale Merchants' Sales by Province, January 1995

Percentage change, previous month

Graphique 4

### Ventes des marchands de gros par province, janvier 1995

Variation en pourcentage par rapport au mois précédent



Manitoba	1	Manitoba
Saskatchewan	2	Saskatchewan
Alberta	3	Alberta
British Columbia	4	Colombie-Britannique
Ontario	5	Ontario
Quebec	6	Québec
Prince Edward Island	7	Île-du-Prince-Édouard
New Brunswick	8	Nouveau-Brunswick
Yukon & Northwest Territories	9	Yukon & Territoire du Nord-Ouest
Nova Scotia	10	Nouvelle-Écosse
Newfoundland	11	Terre-Neuve



## Highlights

### January 1995 (Preliminary)

Offsetting movements caused wholesale merchants' sales to edge up only 0.2% in January. Sales rose for the twelfth month in a row, while inventories recorded the strongest increase in seven years.

Wholesale merchants' sales totalled \$20.6 billion, up 0.2% from December 1994 and 14.8% from a year earlier. Five of the nine trade groups (accounting for about 60% of sales) posted significant gains. The other remaining four trade groups, which are more consumer related, posted some very large declines.

### Sales to industrial users and foreign markets climbed

Sales of "other products" (pulp, paper and other paper products, newsprint, agricultural chemicals, industrial chemicals, etc.) were up 5.2%. Sales also increased for industrial machinery and equipment (+1.7%) and farm machinery and equipment (+1.3%). Lumber and building material sales rose 1.6%, while sales of metals, hardware, plumbing and heating equipment grew 1.8%.

The low Canadian dollar, strong U.S. demand and increased manufacturing shipments all contributed significantly to these higher sales. Low supplies of specific commodities (e.g., newsprint and recycled fibre) led to price increases.

### Sales of consumer-related goods posted strong declines

Among the four trade groups that posted declines in January, wholesalers of food, beverage, drug and tobacco products (accounting for roughly 25% of sales) recorded the largest (-3.1% or -\$150 million). This component may have been affected by bad weather south of the border, which may have pushed up prices--especially of fresh produce--and contributed to lower volumes.

## Fait saillants

### Janvier 1995 (Données préliminaires)

En janvier, les ventes des marchands de gros augmentent faiblement de 0,2% en raison de mouvements très divergents. Les ventes ont augmenté pour un douzième mois d'affilée alors que les inventaires ont enregistré leurs plus forte hausse en sept ans.

Les ventes des marchands de gros se chiffrent à 20,6 milliards\$, en hausse de 0,2% depuis décembre 1994 et 14,8% plus élevées que l'année dernière. Cinq des neuf groupes de commerce (représentant près de 60% des ventes totales) affichent des gains importants. L'opposé, les quatre autres groupes de commerce (dont les ventes sont davantage destinées aux consommateurs) enregistrent de très fortes baisses.

### Les ventes aux industriels et aux marchés étrangers ont grimpé

Les ventes d'autres produits (la pulpe, le papier et autres produits de papier, le papier journal, les produits chimiques agricoles et industriels, etc.) ont augmenté de 5,2%. Les ventes de machines et matériel à la fois industrielles et agricoles ont également augmenté de 1,7% et 1,3% respectivement. Les ventes de bois et matériaux de construction se sont accrues de 1,6% ainsi que les ventes de métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage, en hausse de 1,8%.

Un dollar canadien affaibli jumelé à une forte demande en provenance des États-Unis ainsi que des livraisons manufacturières plus élevées ont contribué à l'augmentation significative des ventes en janvier. De faibles approvisionnements pour certains produits tels le papier journal et la fibre recyclée ont généré des hausses de prix.

### Fortes baisses des ventes de biens destinés aux consommateurs

Parmi les quatre groupes de commerce qui affichent des diminutions en janvier, ce sont les grossistes de produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac (représentant près de 25% des ventes totales) qui enregistrent la plus forte baisse des ventes en janvier (-3,1% ou -150 millions\$). Cette composante a été possiblement affectée par de mauvaises conditions climatiques chez nos voisins du sud. Cela explique probablement l'augmentation des prix produits frais, contribuant ainsi à la diminution du volume des ventes en janvier.

Wholesalers of motor vehicles, parts and accessories (accounting for about 12% of sales) recorded the second largest sales decrease (-4.0% or -\$102 million). January's decrease came on the heels of two successive increases (+4.7% in December and +5.8% in November). It also coincides with a sharp drop in the number of new motor vehicles sold in January (-6.5%) and weak retail sales (+0.3%).

#### **Inventories recorded highest monthly increase in seven years**

Wholesalers recorded the highest increase in inventories (+2.2% or \$656 million) since December 1987. The surge in inventories was widely distributed among all sectors. Inventories of motor vehicle wholesalers were up 2.7% due to strong manufacturers' shipments (+6.0%) and lower wholesale sales (-4.0%). The only exceptions were wholesalers of food, beverage, drug and tobacco products (+0.5%) and wholesalers of lumber and building materials (+1.4%). The latter were likely hesitant to build up stock because of rising interest rates and uncertainty about the federal budget.

The inventories-to-sales ratio increased from 1.42 in December to 1.45 at the end of January.

#### **Western wholesalers performed better than their Eastern counterparts**

Wholesalers west of Quebec posted sales increases. Those from the Atlantic provinces and Quebec saw their sales drop, continuing the 1994 trend. Wholesalers in the Western provinces enjoy an advantage over those in the East because of a strong international demand for raw materials. Sales in British Columbia, which had grown sharply in recent years, have been almost flat since June 1994. Factors such as labour disputes in key sectors have slackened sales growth of British Columbia wholesalers.

Les grossistes de véhicules automobiles, pièces et accessoires (environ 12% des ventes totales) ont enregistré la deuxième plus importante baisse des ventes (-4.0% ou -102 millions\$). Cette importante baisse en janvier fait suite à deux fortes hausses consécutives en décembre (+4,7%) et en novembre (+5,8%). Cela coïncide également avec une baisse marquée du nombre de véhicules automobiles neufs vendus en janvier (-6,5%) et des faibles ventes au détail (+0,3%).

#### **La plus importante hausse des inventaires depuis sept ans**

En janvier, les grossistes ont enregistré la plus importante hausse des inventaires (+2,2% ou 656 millions\$) depuis décembre 1987. Cette hausse des inventaires est largement distribuée parmi tous les groupes. Les inventaires des grossistes en véhicules automobiles, pièces et accessoires se sont accrus de 2,7% sous l'impulsion de fortes livraisons manufacturières (+6,0%) et de faibles ventes des grossistes (-4,0%). Seuls les grossistes de produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac (+0,5%) et les grossistes de bois et matériaux de construction (+1,4%) ont vu leurs inventaires augmenter moins rapidement. Ces derniers ont probablement hésité à augmenter le niveau de leurs inventaires en raison des taux d'intérêt à la hausse et de l'incertitude engendrée à la veille du dépôt du budget du gouvernement fédéral.

Le rapport des stocks sur les ventes à la fin de janvier croît à 1,45 par rapport à 1,42 en décembre.

#### **Les marchands de gros l'Ouest ont affiché une meilleure performance que ceux de l'Est**

Les grossistes des provinces situées à l'ouest du Québec affichent des hausses de leurs ventes tandis que celles du Québec et des provinces de l'Atlantique sont à la baisse en janvier, continuant ainsi la tendance observée en 1994. Les grossistes des provinces de l'Ouest se démarquent de ceux de l'Est du pays en raison d'une forte demande de matières brutes sur les marchés étrangers. Les ventes en Colombie-Britannique, qui ont crû à un rythme rapide au cours des dernières années, ont été à peu près stables depuis juin 1994. Des facteurs tels que des conflits de travail dans des secteurs clés ont ralenti la progression des grossistes de cette province.



**FOR FURTHER READING**

Selected Publications  
from Statistics Canada

**LECTURES SUGGÉRÉES**

Choisies parmi les publications  
de Statistique Canada

---

<b>Title</b>	<b>Titre</b>	<b>Catalogue</b>
<b>Wholesale Trade Statistics, Wholesale Merchants and Agents and Brokers, Annual</b>	<b>Statistiques sur le commerce de gros, marchands de gros, agents et courtiers, Annuel</b>	<b>63-226</b>
<b>Market Research Handbook, Annual</b>	<b>Recueil statistique des études de marché, Annuel</b>	<b>63-224</b>
<b>Origin and Destination of goods of Merchandising Establishments, Occasional</b>	<b>Origine et destination des produits des établissements de commerce, Hors série</b>	<b>63-540</b>

---

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.





**Statistical Tables**

**Tableaux statistiques**

TABLE 1. Wholesale Merchants Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region

No.		Sales Ventes				Year-to-date 1995 Cumulatif	Change from previous month Variation du mois précédent	
		January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre		January 1995 Janvier	December 1994 Décembre
	Trade Group - Canada	\$ millions						
1	Food, beverage, drug and tobacco products	4,652	4,802	4,642	4,642	4,652	-3.1	3.4
2	Apparel and dry goods	450	483	470	459	450	-6.8	2.7
3	Household goods	660	661	691	647	660	-0.1	-4.4
4	Motor vehicles, parts and accessories	2,430	2,532	2,419	2,287	2,430	-4.0	4.7
5	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1,647	1,618	1,637	1,581	1,647	1.8	-1.1
6	Lumber and building materials	1,946	1,915	1,819	1,805	1,946	1.6	5.2
7	Farm machinery, equipment and supplies	496	489	483	455	496	1.3	1.4
8	Other machinery, equipment and supplies	4,809	4,729	4,682	4,654	4,809	1.7	1.0
9	Other products	3,564	3,388	3,369	3,302	3,564	5.2	0.6
10	Total, all trades	20,654	20,618	20,212	19,832	20,654	0.2	2.0
	Regions							
11	Newfoundland	164	183	179	177	164	-10.3	2.4
12	Prince Edward Island	44	46	46	46	44	-3.7	-1.2
13	Nova Scotia	423	467	427	422	423	-9.4	9.5
14	New Brunswick	278	293	284	268	278	-4.9	3.2
15	Quebec	4,670	4,783	4,506	4,401	4,670	-2.4	6.2
16	Ontario	8,891	8,804	8,715	8,556	8,891	1.0	1.0
17	Manitoba	684	657	668	663	684	4.0	-1.6
18	Saskatchewan	667	645	629	602	667	3.4	2.5
19	Alberta	2,004	1,944	1,966	1,945	2,004	3.1	-1.1
20	British Columbia	2,807	2,771	2,770	2,733	2,807	1.3	-
21	Yukon and Northwest Territories	22	24	22	20	22	-9.0	11.9



**TABEAU 1. Ventes des marchands de gros, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région**

Change from previous month Variation du mois précédent		Change from previous year Variation de l'année précédente					N°
November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	Year-to-date 1995 Cumulatif	
per cent-pourcentage							Groupe de commerce - Canada
- -	0.6	0.7	2.4	0.7	2.4	0.7	Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac 1
2.3	0.3	3.1	10.9	2.8	-2.0	3.1	Vêtements et articles de mercerie 2
6.8	5.2	18.2	15.7	18.5	8.6	18.2	Articles ménagers 3
5.8	0.2	19.9	25.3	22.3	18.8	19.9	Véhicules automobiles, pièces et accessoires 4
3.5	0.5	29.0	27.1	30.5	27.5	29.0	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage 5
0.8	1.6	14.4	6.7	7.7	10.2	14.4	Bois et matériaux de construction 6
6.2	-4.2	12.7	-4.2	12.0	10.3	12.7	Machines, matériel et fournitures agricoles 7
0.6	0.9	16.4	12.3	14.1	16.6	16.4	Autres machines, matériel et fournitures 8
2.0	1.1	27.0	19.8	19.7	17.7	27.0	Produits divers 9
1.9	0.8	14.8	12.5	12.8	12.6	14.8	Total, ensemble des commerces 10
							Régions
1.1	0.5	-9.5	1.9	3.0	-1.2	-9.5	Terre-Neuve 11
0.7	-2.9	0.6	12.2	24.4	32.9	0.6	Île-du-Prince-Édouard 12
1.1	2.5	3.0	8.0	14.0	13.6	3.0	Nouvelle-Écosse 13
5.9	-1.7	13.7	23.1	21.4	15.9	13.7	Nouveau-Brunswick 14
2.4	1.4	10.8	13.8	6.2	5.3	10.8	Québec 15
1.9	1.5	19.5	15.0	17.3	17.2	19.5	Ontario 16
0.8	-0.1	14.8	4.7	13.2	15.7	14.8	Manitoba 17
4.5	-0.9	21.2	6.2	16.0	10.9	21.2	Saskatchewan 18
1.1	1.3	13.7	7.6	13.6	16.7	13.7	Alberta 19
1.4	-1.8	10.9	10.0	9.0	9.0	10.9	Colombie-Britannique 20
7.1	1.5	6.2	10.9	-6.0	-8.7	6.2	Yukon et Territoires du Nord-Ouest 21

**TABLE 2. Wholesale Merchants Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region**

No.		Sales Ventes				
		January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	Year-to-date 1995 Cumulatif
	<b>Trade Group - Canada</b>	<b>\$ millions</b>				
1	Food, beverage, drug and tobacco products	4,259	5,013	4,806	4,700	4,259
2	Apparel and dry goods	383	301	437	499	383
3	Household goods	516	638	897	785	516
4	Motor vehicles, parts and accessories	2,029	2,131	2,562	2,433	2,029
5	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1,500	1,345	1,749	1,654	1,500
6	Lumber and building materials	1,413	1,449	1,792	1,907	1,413
7	Farm machinery, equipment and supplies	341	472	424	491	341
8	Other machinery, equipment and supplies	4,294	5,092	4,912	4,515	4,294
9	Other products	3,134	3,170	3,493	3,411	3,134
10	<b>Total, all trades</b>	<b>17,868</b>	<b>19,611</b>	<b>21,072</b>	<b>20,396</b>	<b>17,868</b>
	<b>Regions</b>					
11	Newfoundland	137	186	195	195	137
12	Prince Edward Island	36	45	43	45	36
13	Nova Scotia	359	464	410	416	359
14	New Brunswick	235	284	294	276	235
15	Quebec	3,951	4,385	4,806	4,653	3,951
16	Ontario	7,794	8,523	9,242	8,788	7,794
17	Manitoba	546	587	642	675	546
18	Saskatchewan	560	621	589	612	560
19	Alberta	1,796	1,855	2,050	1,963	1,796
20	British Columbia	2,435	2,638	2,779	2,751	2,435
21	Yukon and Northwest Territories	19	23	21	21	19



**TABEAU 2. Ventes des marchands de gros, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région**

Change from previous year Variation de l'année précédente						N°
January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	Year-to-date 1995 Cumulatif		
per cent-pourcentage					Groupe de commerce - Canada	
1.8	2.9	1.5	1.3	1.8	Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac	1
5.0	15.2	4.2	-0.2	5.0	Vêtements et articles de mercerie	2
17.0	14.8	17.5	8.6	17.0	Articles ménagers	3
20.8	25.7	25.6	17.6	20.8	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	4
30.5	23.3	32.6	27.1	30.5	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	5
18.4	7.0	6.6	8.5	18.4	Bois et matériaux de construction	6
17.2	-2.0	19.5	9.9	17.2	Machines, matériel et fournitures agricoles	7
18.7	10.7	15.8	16.0	18.7	Autres machines, matériel et fournitures	8
32.5	14.8	20.5	16.9	32.5	Produits divers	9
16.9	11.0	14.2	11.8	16.9	Total, ensemble des commerces	10
					Régions	
-9.2	1.2	2.9	-1.3	-9.2	Terre-Neuve	11
-4.5	5.5	21.2	26.5	-4.5	Île-du-Prince-Édouard	12
3.0	11.2	14.0	11.6	3.0	Nouvelle-Écosse	13
14.5	22.6	21.5	12.3	14.5	Nouveau-Brunswick	14
13.8	13.1	7.1	3.9	13.8	Québec	15
21.5	13.8	19.5	17.3	21.5	Ontario	16
14.3	0.7	12.7	16.1	14.3	Manitoba	17
27.2	5.9	13.3	7.9	27.2	Saskatchewan	18
17.5	3.9	17.4	16.4	17.5	Alberta	19
11.0	7.4	8.9	7.1	11.0	Colombie-Britannique	20
10.2	16.6	-3.7	-9.9	10.2	Yukon et Territoires du Nord-Ouest	21

**TABLE 3. Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Sales**

No.		Response fraction Fraction de réponse			
		January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre
	<b>Trade Group - Canada</b>	<b>per cent-pourcentage</b>			
1	Food, beverage, drug and tobacco products	86.9	93.5	91.1	91.4
2	Apparel and dry goods	84.6	90.3	89.4	89.7
3	Household goods	88.0	95.8	95.8	96.2
4	Motor vehicles, parts and accessories	87.7	92.4	92.4	92.5
5	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	88.7	90.7	87.9	88.1
6	Lumber and building materials	80.3	90.3	92.4	91.3
7	Farm machinery, equipment and supplies	78.5	92.0	90.0	91.5
8	Other machinery, equipment and supplies	74.1	89.4	85.8	83.2
9	Other products	84.8	90.3	91.1	90.8
10	<b>Total, all trades</b>	<b>83.0</b>	<b>91.4</b>	<b>90.0</b>	<b>89.5</b>
	<b>Regions</b>				
11	Newfoundland	88.4	92.9	91.4	91.6
12	Prince Edward Island	86.0	86.8	87.1	88.9
13	Nova Scotia	81.4	90.1	89.7	89.6
14	New Brunswick	79.9	87.1	85.9	86.7
15	Quebec	84.2	94.0	93.7	91.5
16	Ontario	81.6	89.9	88.7	88.1
17	Manitoba	86.8	94.5	92.7	93.2
18	Saskatchewan	81.3	90.4	85.9	85.3
19	Alberta	84.8	92.9	88.3	90.2
20	British Columbia	84.0	91.0	90.0	90.2
21	Yukon and Northwest Territories	74.8	71.7	69.4	73.0



**TABEAU 3. Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des ventes**

Coefficient of variation Coefficient de variation					
January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre		N°
per cent-pourcentage				Groupe de commerce - Canada	
2.3	2.5	2.3	3.3	Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac	1
6.0	7.6	5.6	8.0	Vêtements et articles de mercerie	2
8.1	8.5	7.2	6.9	Articles ménagers	3
6.6	5.9	6.1	5.9	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	4
6.3	6.6	5.5	6.5	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	5
4.2	4.4	5.0	4.8	Bois et matériaux de construction	6
4.6	4.8	4.7	4.6	Machines, matériel et fournitures agricoles	7
2.9	3.3	2.9	3.4	Autres machines, matériel et fournitures	8
3.6	3.8	3.6	3.9	Produits divers	9
1.5	1.5	1.5	1.6	Total, ensemble des commerces	10
				Régions	
5.2	4.6	3.6	3.7	Terre-Neuve	11
3.3	4.2	3.7	2.7	Île-du-Prince-Édouard	12
4.5	4.1	3.1	3.9	Nouvelle-Écosse	13
5.9	5.9	5.6	5.6	Nouveau-Brunswick	14
3.0	3.1	2.8	3.2	Québec	15
2.6	2.6	2.6	2.9	Ontario	16
3.2	3.7	3.2	3.3	Manitoba	17
3.7	3.9	4.0	4.7	Saskatchewan	18
3.7	3.2	3.1	3.9	Alberta	19
3.9	4.5	4.2	4.6	Colombie-Britannique	20
3.0	4.5	3.2	3.1	Yukon et Territoires du Nord-Ouest	21

**TABLE 4. Wholesale Merchants Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region, Historical**

No.		Sales						
		January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	September 1994 Septembre	August 1994 Août	July 1994 Juillet
	<b>Trade Group - Canada</b>	<b>\$ millions</b>						
1	Food, beverage, drug and tobacco products	4,652	4,802	4,642	4,642	4,616	4,688	4,695
2	Apparel and dry goods	450	483	470	459	458	468	479
3	Household goods	660	661	691	647	615	642	608
4	Motor vehicles, parts and accessories	2,430	2,532	2,419	2,287	2,283	2,264	2,179
5	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1,647	1,618	1,637	1,581	1,573	1,563	1,503
6	Lumber and building materials	1,946	1,915	1,819	1,805	1,776	1,790	1,749
7	Farm machinery, equipment and supplies	496	489	483	455	474	459	452
8	Other machinery, equipment and supplies	4,809	4,729	4,682	4,654	4,612	4,551	4,538
9	Other products	3,564	3,388	3,369	3,302	3,265	3,204	3,156
10	<b>Total, all trades</b>	<b>20,654</b>	<b>20,618</b>	<b>20,212</b>	<b>19,832</b>	<b>19,672</b>	<b>19,631</b>	<b>19,358</b>
	<b>Regions</b>							
11	Newfoundland	164	183	179	177	176	179	191
12	Prince Edward Island	44	46	46	46	47	47	48
13	Nova Scotia	423	467	427	422	412	415	410
14	New Brunswick	278	293	284	268	273	267	264
15	Quebec	4,670	4,783	4,506	4,401	4,340	4,374	4,378
16	Ontario	8,891	8,804	8,715	8,556	8,432	8,361	8,155
17	Manitoba	684	657	668	663	664	651	629
18	Saskatchewan	667	645	629	602	607	597	576
19	Alberta	2,004	1,944	1,966	1,945	1,920	1,888	1,860
20	British Columbia	2,807	2,771	2,770	2,733	2,782	2,830	2,822
21	Yukon and Northwest Territories	22	24	22	20	20	22	25



**TABEAU 4. Ventes des marchands de gros, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région, historique**

Ventes						N°
June 1994 Juin	May 1994 Mai	April 1994 Avril	March 1994 Mars	February 1994 Février	January 1994 Janvier	
\$ millions						
<b>Groupe de commerce - Canada</b>						
4,640	4,583	4,550	4,624	4,562	4,622	Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac 1
510	468	457	419	422	437	Vêtements et articles de mercerie 2
619	611	595	588	566	558	Articles ménagers 3
2,158	2,143	2,114	2,085	2,032	2,026	Véhicules automobiles, pièces et accessoires 4
1,471	1,447	1,394	1,366	1,317	1,277	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage 5
1,728	1,719	1,718	1,673	1,660	1,701	Bois et matériaux de construction 6
423	418	412	421	430	440	Machines, matériel et fournitures agricoles 7
4,461	4,474	4,367	4,354	4,188	4,132	Autres machines, matériel et fournitures 8
3,203	3,093	3,039	2,943	2,830	2,806	Produits divers 9
19,212	18,957	18,645	18,473	18,008	17,998	<b>Total, ensemble des commerces 10</b>
<b>Régions</b>						
185	187	187	187	173	181	Terre-Neuve 11
46	47	48	46	43	44	Île-du-Prince-Édouard 12
406	402	401	410	391	411	Nouvelle-Écosse 13
277	258	257	247	232	245	Nouveau-Brunswick 14
4,363	4,380	4,293	4,253	4,226	4,217	Québec 15
8,027	7,929	7,737	7,653	7,488	7,440	Ontario 16
642	611	618	629	595	596	Manitoba 17
607	577	593	592	555	550	Saskatchewan 18
1,820	1,801	1,789	1,791	1,752	1,763	Alberta 19
2,816	2,747	2,702	2,644	2,533	2,531	Colombie-Britannique 20
22	19	21	21	21	21	Yukon et Territoires du Nord-Ouest 21

**TABLE 5. Wholesale Merchants Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region, Historical**

No.		Sales						
		January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	September 1994 Septembre	August 1994 Août	July 1994 Juillet
	<b>Trade Group - Canada</b>	<b>\$ millions</b>						
1	Food, beverage, drug and tobacco products	4,259	5,013	4,806	4,700	4,780	4,884	4,761
2	Apparel and dry goods	383	301	437	499	572	630	510
3	Household goods	516	638	897	785	737	682	550
4	Motor vehicles, parts and accessories	2,029	2,131	2,562	2,433	2,408	2,262	1,983
5	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1,500	1,345	1,749	1,654	1,691	1,674	1,464
6	Lumber and building materials	1,413	1,449	1,792	1,907	2,012	2,080	1,969
7	Farm machinery, equipment and supplies	341	472	424	491	486	534	468
8	Other machinery, equipment and supplies	4,294	5,092	4,912	4,515	4,834	4,418	4,176
9	Other products	3,134	3,170	3,493	3,411	3,314	3,090	2,934
10	<b>Total, all trades</b>	<b>17,868</b>	<b>19,611</b>	<b>21,072</b>	<b>20,396</b>	<b>20,833</b>	<b>20,254</b>	<b>18,815</b>
	<b>Regions</b>							
11	Newfoundland	137	186	195	195	196	196	208
12	Prince Edward Island	36	45	43	45	48	49	56
13	Nova Scotia	359	464	410	416	435	430	454
14	New Brunswick	235	284	294	276	294	290	280
15	Quebec	3,951	4,385	4,806	4,653	4,779	4,667	4,229
16	Ontario	7,794	8,523	9,242	8,788	8,842	8,470	7,640
17	Manitoba	546	587	642	675	698	671	673
18	Saskatchewan	560	621	589	612	658	650	590
19	Alberta	1,796	1,855	2,050	1,963	1,976	1,925	1,824
20	British Columbia	2,435	2,638	2,779	2,751	2,883	2,884	2,834
21	Yukon and Northwest Territories	19	23	21	21	23	24	28



**TABEAU 5. Ventes des marchands de gros, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région, historique**

Ventes							N°
June 1994 Juin	May 1994 Mai	April 1994 Avril	March 1994 Mars	February 1994 Février	January 1994 Janvier	Year 1995 Année	
\$ millions							
							Groupe de commerce - Canada
4,885	4,700	4,403	4,576	4,009	4,186	4,259	Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac 1
416	380	407	522	468	365	383	Vêtements et articles de mercerie 2
581	556	548	585	458	441	516	Articles ménagers 3
2,327	2,332	2,261	2,450	1,735	1,680	2,029	Véhicules automobiles, pièces et accessoires 4
1,599	1,523	1,364	1,394	1,174	1,149	1,500	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage 5
2,134	2,049	1,731	1,565	1,209	1,193	1,413	Bois et matériaux de construction 6
521	508	470	408	285	291	341	Machines, matériel et fournitures agricoles 7
4,827	4,337	4,140	5,050	3,744	3,619	4,294	Autres machines, matériel et fournitures 8
3,624	3,608	3,108	3,037	2,433	2,366	3,134	Produits divers 9
20,914	19,993	18,434	19,589	15,514	15,289	17,868	Total, ensemble des commerces 10
							Régions
197	186	164	167	142	150	137	Terre-Neuve 11
57	53	44	41	37	38	36	Île-du-Prince-Édouard 12
473	445	383	400	325	348	359	Nouvelle-Écosse 13
304	272	246	235	192	205	235	Nouveau-Brunswick 14
4,690	4,662	4,102	4,393	3,583	3,472	3,951	Québec 15
8,642	8,209	7,731	8,385	6,565	6,416	7,794	Ontario 16
790	714	619	620	470	478	546	Manitoba 17
729	668	578	550	440	440	560	Saskatchewan 18
1,997	1,941	1,787	1,860	1,508	1,529	1,796	Alberta 19
3,009	2,825	2,762	2,916	2,236	2,194	2,435	Colombie-Britannique 20
25	19	18	22	18	17	19	Yukon et Territoires du Nord-Ouest 21

**TABLE 6. Wholesale Merchants Inventories, Seasonally Adjusted, by Trade Group**

No.		Inventories Stocks				Change from previous month  Variation du mois précédent	
		January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre
		\$ millions					
	Trade Group - Canada						
1	Food, beverage, drug and tobacco products	3,773	3,756	3,723	3,722	0.5	0.9
2	Apparel and dry goods	1,102	1,080	1,044	1,088	2.0	3.5
3	Household goods	1,483	1,443	1,426	1,374	2.8	1.2
4	Motor vehicles, parts and accessories	3,879	3,777	3,769	3,774	2.7	0.2
5	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	2,698	2,625	2,588	2,567	2.8	1.4
6	Lumber and building materials	2,981	2,939	2,961	2,926	1.4	-0.7
7	Farm machinery, equipment and supplies	1,626	1,572	1,667	1,657	3.5	-5.7
8	Other machinery, equipment and supplies	8,248	8,012	7,952	8,081	2.9	0.8
9	Other products	4,091	4,021	4,001	3,915	1.8	0.5
10	Total, all trades	29,881	29,225	29,131	29,103	2.2	0.3

**TABLE 7. Wholesale Merchants Inventories, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group**

No.		Inventories			
		Stocks			
		January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre
Trade Group - Canada		\$ millions			
1	Food, beverage, drug and tobacco products	3,689	3,788	3,750	3,817
2	Apparel and dry goods	1,103	1,017	934	1,009
3	Household goods	1,418	1,394	1,419	1,439
4	Motor vehicles, parts and accessories	3,858	3,535	3,501	3,654
5	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	2,670	2,560	2,502	2,493
6	Lumber and building materials	2,899	2,768	2,736	2,737
7	Farm machinery, equipment and supplies	1,586	1,526	1,572	1,606
8	Other machinery, equipment and supplies	8,182	7,772	7,773	8,082
9	Other products	4,106	3,985	3,979	3,902
10	Total, all trades	29,511	28,345	28,167	28,739

**TABEAU 6. Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce**

Change from previous month Variation du mois précédent		Change from previous year Variation de l'année précédente				N°
November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	
per cent-pourcentage						Groupe de commerce - Canada
- -	0.1	13.1	13.7	12.2	13.1	Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac 1
-4.0	-0.3	3.7	1.7	-1.2	4.8	Vêtements et articles de mercerie 2
3.8	4.7	14.1	13.8	11.3	5.8	Articles ménagers 3
-0.1	2.6	10.5	11.6	6.4	5.8	Véhicules automobiles, pièces et accessoires 4
0.8	0.2	9.4	8.0	8.4	11.8	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage 5
1.2	1.4	2.5	2.2	6.8	4.9	Bois et matériaux de construction 6
0.6	2.5	28.6	24.8	33.9	33.9	Machines, matériel et fournitures agricoles 7
-1.6	1.1	11.1	9.9	10.7	13.9	Autres machines, matériel et fournitures 8
2.2	2.1	14.6	14.1	14.0	9.4	Produits divers 9
0.1	1.4	11.3	10.7	10.8	11.1	Total, ensemble des commerces 10

**TABEAU 7. Stocks des marchands de gros, non-désaisonnalisés, selon le groupe de commerce**

Change from previous year Variation de l'année précédente				N°
January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	
per cent-pourcentage				Groupe de commerce - Canada
12.8	13.9	11.8	13.9	Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac 1
3.4	1.4	-2.2	5.7	Vêtements et articles de mercerie 2
15.4	14.0	12.9	6.1	Articles ménagers 3
10.6	8.4	5.7	6.7	Véhicules automobiles, pièces et accessoires 4
10.4	8.2	7.5	10.4	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage 5
2.6	2.5	7.6	4.9	Bois et matériaux de construction 6
27.1	24.7	36.9	37.9	Machines, matériel et fournitures agricoles 7
12.5	9.0	9.8	14.8	Autres machines, matériel et fournitures 8
15.0	13.8	14.2	9.5	Produits divers 9
11.8	10.2	10.6	11.7	Total, ensemble des commerces 10



**TABLE 8. Wholesale Merchants Inventories, Seasonally Adjusted, by Trade Group, Historical**

No.	Inventories						
	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	September 1994 Septembre	August 1994 Août	July 1994 Juillet
<b>Trade Group - Canada</b>	<b>\$ millions</b>						
1 Food, beverage, drug and tobacco products	3,773	3,756	3,723	3,722	3,717	3,654	3,588
2 Apparel and dry goods	1,102	1,080	1,044	1,088	1,090	1,124	1,086
3 Household goods <sup>1</sup>	1,483	1,443	1,426	1,374	1,312	1,290	1,286
4 Motor vehicles, parts and accessories	3,879	3,777	3,769	3,774	3,677	3,675	3,706
5 Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	2,698	2,625	2,588	2,567	2,562	2,548	2,536
6 Lumber and building materials	2,981	2,939	2,961	2,926	2,885	2,898	2,895
7 Farm machinery, equipment and supplies	1,626	1,572	1,667	1,657	1,616	1,571	1,522
8 Other machinery, equipment and supplies	8,248	8,012	7,952	8,081	7,995	7,997	7,818
9 Other products	4,091	4,021	4,001	3,915	3,836	3,829	3,813
10 Total, all trades	29,881	29,225	29,131	29,103	28,691	28,588	28,249

**TABLE 9. Wholesale Merchants Inventories, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group, Historical**

No.	Inventories						
	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	September 1994 Septembre	August 1994 Août	July 1994 Juillet
<b>Trade Group - Canada</b>	<b>\$ millions</b>						
1 Food, beverage, drug and tobacco products	3,689	3,788	3,750	3,817	3,795	3,694	3,656
2 Apparel and dry goods	1,103	1,017	934	1,009	1,101	1,179	1,191
3 Household goods	1,418	1,394	1,419	1,439	1,353	1,338	1,328
4 Motor vehicles, parts and accessories	3,858	3,535	3,501	3,654	3,647	3,608	3,669
5 Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	2,670	2,560	2,502	2,493	2,556	2,569	2,567
6 Lumber and building materials	2,899	2,768	2,736	2,737	2,764	2,812	2,900
7 Farm machinery, equipment and supplies	1,586	1,526	1,572	1,606	1,568	1,562	1,558
8 Other machinery, equipment and supplies	8,182	7,772	7,773	8,082	7,946	8,047	8,031
9 Other products	4,106	3,985	3,979	3,902	3,764	3,714	3,680
10 Total, all trades	29,511	28,345	28,167	28,739	28,495	28,524	28,581

<sup>1</sup> Prior to October 1993 the household goods trade group was not adjusted for seasonality. Thus the figures prior to October 1993 appearing in this table reflect the unadjusted data.

**TABEAU 8. Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce, historique**

Stocks						N°
June 1994 Juin	May 1994 Mai	April 1994 Avril	March 1994 Mars	February 1994 Février	January 1994 Janvier	
\$ millions						Groupe de commerce - Canada
3,520	3,412	3,411	3,344	3,231	3,336	Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac 1
1,044	1,081	1,061	1,046	1,066	1,063	Vêtements et articles de mercerie 2
1,270	1,245	1,264	1,271	1,283	1,299	Articles ménagers <sup>1</sup> 3
3,626	3,575	3,597	3,518	3,484	3,511	Véhicules automobiles, pièces et accessoires 4
2,533	2,497	2,525	2,534	2,498	2,466	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage 5
2,833	2,887	2,834	2,838	2,861	2,907	Bois et matériaux de construction 6
1,476	1,404	1,362	1,314	1,289	1,265	Machines, matériel et fournitures agricoles 7
7,693	7,693	7,318	7,338	7,288	7,427	Autres machines, matériel et fournitures 8
3,828	3,871	3,735	3,575	3,568	3,570	Produits divers 9
27,823	27,665	27,108	26,778	26,568	26,843	Total, ensemble des commerces 10

**TABEAU 9. Stocks des marchands de gros, non-désaisonnalisés, selon le groupe de commerce, historique**

Stocks						N°
June 1994 Juin	May 1994 Mai	April 1994 Avril	March 1994 Mars	February 1994 Février	January 1994 Janvier	
\$ millions						Groupe de commerce - Canada
3,546	3,438	3,397	3,185	3,138	3,270	Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac 1
1,113	1,096	1,043	1,041	1,087	1,066	Vêtements et articles de mercerie 2
1,290	1,249	1,242	1,229	1,221	1,229	Articles ménagers 3
3,648	3,740	3,772	3,657	3,642	3,487	Véhicules automobiles, pièces et accessoires 4
2,554	2,589	2,623	2,561	2,440	2,418	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage 5
2,947	3,134	3,098	3,055	2,902	2,827	Bois et matériaux de construction 6
1,529	1,471	1,431	1,359	1,312	1,247	Machines, matériel et fournitures agricoles 7
7,754	7,844	7,439	7,337	7,236	7,275	Autres machines, matériel et fournitures 8
3,748	3,945	3,878	3,683	3,649	3,570	Produits divers 9
28,129	28,506	27,924	27,107	26,627	26,388	Total, ensemble des commerces 10

<sup>1</sup> Avant octobre 1993, le groupe de commerce des articles ménagers n'était pas ajusté pour les variations saisonnières. Donc, pour la période avant octobre 1993, les chiffres qui apparaissent dans ce tableau représentent des données non-ajustées.

**TABLE 10. Wholesale Merchants, Inventories/Sales Ratio Seasonally Adjusted, by Trade Group**

No.		Inventories/sales ratio			
		Rapport stocks/ventes			
		January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre
Trade Group - Canada					
1	Food, beverage, drug and tobacco products	0.81	0.78	0.80	0.80
2	Apparel and dry goods	2.45	2.24	2.22	2.37
3	Household goods	2.25	2.18	2.06	2.12
4	Motor vehicles, parts and accessories	1.60	1.49	1.56	1.65
5	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1.64	1.62	1.58	1.62
6	Lumber and building materials	1.53	1.53	1.63	1.62
7	Farm machinery, equipment and supplies	3.28	3.21	3.45	3.64
8	Other machinery, equipment and supplies	1.72	1.69	1.70	1.74
9	Other products	1.15	1.19	1.19	1.19
10	Total, all trades	1.45	1.42	1.44	1.47

**TABLE 11. Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Inventories**

No.		Response fraction			
		Fraction de réponse			
		January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre
Trade Group - Canada					
1	Food, beverage, drug and tobacco products	79.4	88.7	85.9	83.3
2	Apparel and dry goods	57.0	62.1	59.0	60.3
3	Household goods	72.3	79.2	83.7	83.8
4	Motor vehicles, parts and accessories	80.0	84.8	85.7	86.4
5	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	75.5	84.6	86.8	80.7
6	Lumber and building materials	65.1	73.7	69.7	74.1
7	Farm machinery, equipment and supplies	72.6	78.9	76.4	64.3
8	Other machinery, equipment and supplies	74.5	79.8	76.0	74.1
9	Other products	65.6	73.6	73.7	73.0
10	Total, all trades	72.9	79.8	78.4	76.8



**TABEAU 10. Marchands de gros, rapport stocks/ventes désaisonnalisé, selon le groupe de commerce**

Inventories/sales ratio Rapport stocks/ventes				N°
January 1994 Janvier	December 1993 Décembre	November 1993 Novembre	October 1993 Octobre	
				<b>Groupe de commerce - Canada</b>
0.72	0.70	0.72	0.73	Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac 1
2.43	2.44	2.31	2.21	Vêtements et articles de mercerie 2
2.33	2.22	2.20	2.18	Articles ménagers 3
1.73	1.68	1.79	1.85	Véhicules automobiles, pièces et accessoires 4
1.93	1.91	1.90	1.85	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage 5
1.71	1.60	1.64	1.70	Bois et matériaux de construction 6
2.88	2.46	2.89	3.00	Machines, matériel et fournitures agricoles 7
1.80	1.73	1.75	1.78	Autres machines, matériel et fournitures 8
1.27	1.25	1.25	1.28	Produits divers 9
1.49	1.44	1.47	1.49	<b>Total, ensemble des commerces 10</b>

**TABEAU 11. Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des stocks**

Coefficient of variation Coefficient de variation				N°
January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	
				<b>Groupe de commerce - Canada</b>
3.2	3.2	3.2	5.1	Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac 1
9.1	9.2	8.9	9.0	Vêtements et articles de mercerie 2
8.1	7.9	7.4	7.5	Articles ménagers 3
7.8	8.1	8.3	7.9	Véhicules automobiles, pièces et accessoires 4
4.8	5.1	5.1	5.6	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage 5
6.1	6.1	6.4	6.4	Bois et matériaux de construction 6
5.8	5.9	5.5	6.7	Machines, matériel et fournitures agricoles 7
6.8	3.9	4.0	5.0	Autres machines, matériel et fournitures 8
7.1	8.7	6.1	5.7	Produits divers 9
2.6	2.2	2.0	2.2	<b>Total, ensemble des commerces 10</b>



## Appendix

## Appendice





## APPENDIX I

### Definitions and Concepts

The **establishment** is a statistical unit based primarily on the system of accounting used in the business. It is the smallest unit which is a separate operating entity capable of reporting those elements of input and output necessary for the calculation of gross margin, as well as employment, wages and salaries.

The **trading location** is defined as the physical outlet in which the business activity takes place. It is not necessarily dependent upon the availability of accounting-based data but must be capable of providing a limited range of statistics even though these may, in some instances, have to be estimated by the respondent. Where accounting records are available to measure the detailed business activity of the single location then the location will coincide with the establishment, otherwise two or more locations would belong to an establishment. The establishment can be an individual or a partnership, if unincorporated, or a single corporation or group of associated companies, and sometimes, the wholesaling divisions of retailing, manufacturing or other organizations.

Wholesalers may also be classified by type of operation, but this classification is dependent on the industrial classification. As indicated in the following paragraphs, the two main types of operations are: wholesale merchants and agents and brokers. Wholesalers primarily engaged in buying and/or selling merchandise on account of others on a commission basis (agents and brokers) as well as wholesale merchants of grain and petroleum products are excluded from this survey.

**Wholesale merchants** are establishments primarily engaged in selling merchandise to which they have title on their own account. In addition, they may perform one or more of the following related functions: breaking bulk, providing delivery service to customers, operating warehouse facilities for storage of the goods they sell. Included in this category are wholesalers known as: drop shippers or desk jobbers, export merchants, import merchants, mail order wholesalers, rack jobbers or voluntary general wholesale distributors. Wholesale merchants also include other wholesale operations sometimes known as assemblers of primary products which are primarily engaged in selling products from farmers, loggers, fishermen and trappers.

## APPENDICE I

### Définitions et concepts

L'**établissement** est l'unité statistique qui s'appuie essentiellement sur le système comptable utilisé dans le commerce. C'est la plus petite unité distincte d'exploitation constituant un ensemble aux fins de la déclaration des entrées et des sorties nécessaires au calcul de la marge brute, ainsi que des effectifs, des traitements et des rémunérations.

L'**emplacement** d'affaires est l'endroit servant à l'activité commerciale. Il n'est pas tributaire de la disponibilité de données comptables, mais il doit pouvoir fournir un nombre limité de données statistiques même si, à l'occasion, il y a lieu de procéder par estimation. Il correspond à l'établissement si l'activité commerciale est consignée en détail dans les registres comptables. Autrement, il fait partie d'un établissement avec d'autres emplacements d'affaires. L'établissement peut être un particulier ou une société en nom collectif; une société unique ou un groupe d'entreprises associées; ou, parfois, une division grossiste d'un organisme manufacturier, d'un détaillant ou autres.

La classification des grossistes peut se faire selon la nature de l'activité, mais elle est indépendante de la classification par industrie. Comme l'indique ce qui suit, les deux principales catégories d'activité sont: les marchands de gros et les agents et les courtiers. Les grossistes ayant pour activité principale l'achat et/ou la vente à commission de marchandises pour le compte d'autrui (les agents et les courtiers) ainsi que les marchands de gros en produits céréaliers et les produits pétroliers ne sont pas comptés dans cette enquête.

**Les marchands de gros** sont des établissements où l'activité principale est la vente de marchandises à leur propre compte. Ils peuvent également effectuer une ou plusieurs des fonctions suivantes: répartition des marchandises en vrac, livraison des marchandises aux clients, exploitation d'installations d'entreposage de marchandises à vendre. Sont inclus les grossistes qui assurent l'expédition directe de l'usine au détaillant ou à un utilisateur industriel, les exportateurs, les importateurs, les grossistes spécialisés en vente par correspondance, les grossistes-étalagistes et les distributeurs-grossistes de marchandises diverses. Sont aussi inclus les grossistes dont l'activité principale consiste à vendre des produits d'agriculteurs, d'exploitants forestiers, de pêcheurs et de trappeurs.

**Agents and brokers** are establishments primarily engaged in buying and/or selling, on a commission basis, products owned by others. They may be known as an auction company, commission merchant, import agent or broker, export agent or broker, manufacturers' agent, purchasing agent or resident buyer and selling agent, and may deal in any type of product including primary and petroleum products. Agricultural marketing boards engaged in the direct purchase of farm products are included as wholesalers.

**Coverage.** This current monthly survey covers wholesale merchant establishments. For purposes of industrial classification wholesale merchants are classified by industry according to the principal lines of commodities sold. A description of each industry included in the accompanying statistical data is shown in Appendix IV. As most businesses sell several kinds of commodities the trade group code assigned generally reflects either the individual commodity or the commodity group which is the primary source of the establishment's receipts, or some mixture of commodities which characterizes the establishment's business. Industry classifications are not interchangeable with commodity classifications so it is not generally possible to determine either the number of establishments handling a particular commodity or the sales of that commodity from a classification of establishments by industry. Sales to end-users of certain commodities (usually capital or investment (non-consumer) goods) such as office furniture and computers, feed, seed or other farm supplies, lumber and building materials, trucks and commercial vehicles, fuel oil, and all types of machinery and equipment are always classified to wholesale trade.

The estimates shown for provincial sales are based on the locations operated by the wholesaler. Establishments provide a sales breakdown by province along with the number of trading locations whereas inventories are reported for total Canada

**Les agents et courtiers** sont des établissements où l'activité principale est la vente et (ou) l'achat de produits appartenant à d'autres, moyennant commission. Ils comprennent les sociétés de ventes aux enchères, les négociants travaillant à la commission, les agents ou courtiers d'importation, les agents ou courtiers d'exportation, les représentants de manufacturiers, les agents d'approvisionnement, les acheteurs à demeure ou les agents de vente. Ils font le commerce de produits de tous genres, dont les produits primaires et les produits pétroliers. Sont incluses à titre de grossistes les régies des marchés agricoles qui achètent directement des produits agricoles.

**Couverture.** L'enquête mensuelle courante vise des établissements de commerce de gros. Aux fins de la classification par industrie, les marchands de gros sont groupés par commerce en fonction de la gamme principale de marchandises vendues. L'appendice IV contient la description de chaque groupe inclus dans les données statistiques. Comme la plupart des entreprises vendent plusieurs types de marchandises, le code attribué au groupe représente généralement la ou les marchandises qui forment la principale source de recettes de l'établissement, ou encore un ensemble de marchandises qui caractérise l'activité de l'établissement. Les classifications par groupe ne sont pas interchangeables avec celles des marchandises, de sorte qu'il est d'habitude impossible de déterminer, à partir de la classification par groupe, le nombre d'établissements qui vendent une certaine marchandise ou bien les ventes d'une telle marchandise. Par ailleurs, on attribue toujours au commerce de gros les ventes de certains produits à l'utilisateur final (habituellement les biens d'équipement ou d'investissement), par exemple, les meubles de bureau et le matériel informatique, les aliments pour animaux, les semences et les autres fournitures agricoles, le bois et les matériaux de construction, les camions et les véhicules commerciaux, le mazout et tous les types de machines et de matériel.

Les estimations des ventes par province sont fondées sur les points de vente exploités par le grossiste. Les établissements fournissent la ventilation des ventes par province ainsi que le nombre de points de vente. Toutefois, les stocks sont rapportés au niveau national.



## APPENDIX II

### Survey Methodology

The sample for the redesigned monthly wholesale trade survey is drawn from Statistics Canada's new Central Frame Data Base (CFDB). Part of the CFDB comprises businesses engaged in wholesale activity.

The target population is all wholesale merchant establishments. The sampling unit is the statistical company.

The population of businesses are stratified by industry, geographic region and size. The size characteristic is a function of annual sales and the boundaries within each trade group and geographic area stratum. This takes into account the highly asymmetrical distribution of wholesale sales, stratum sizes and the required coefficient of variation at the sub-stratum level.

The initial sample was selected in late 1988 and has been subsequently updated each month for births and deaths.

Respondents are sent either a questionnaire or contacted by telephone to obtain their monthly sales. New entities to the survey are included in the New Entrant Survey, and are contacted by telephone to obtain information along with sales data.

Telephone interviews, data capture and follow-up of non-respondents is performed by staff within Statistics Canada's eight Regional Offices. As well, preliminary editing of the captured data is performed within the Regional Offices and subsequent telephone follow-ups which may result due to edit failures. The edited data is transmitted regularly to the head office in Ottawa.

Further edits are performed at a more aggregate level (trade group by geographic level) to detect records which deviate from expectation either by exhibiting large month-to-month change or differ significantly from the remaining companies. All data failing these edits are subject to manual inspection and corrective action may be taken.

Once these edits are complete, imputation is applied to missing records. A variety of imputation methods are available. The imputation system automatically selects the appropriate method depending on the availability of the data. Some of the methods available perform imputations using: monthly trends; yearly trends; historical data; annual data, etc.

## APPENDICE II

### Méthodologie de l'enquête

Aux fins de la version remaniée de l'enquête mensuelle sur le commerce de gros, l'échantillon est tiré de la nouvelle base de données du registre central (BDRC) de Statistique Canada. La BDRC comprend, en partie, les entreprises dont l'activité est le commerce de gros.

La population cible est l'ensemble des établissements de marchands de gros. L'unité d'échantillonnage est la compagnie statistique.

La population des entreprises est stratifiée selon l'industrie, la région géographique et la taille. Cette dernière caractéristique est une fonction des ventes annuelles et des limites de chaque strate représentant le groupe de commerce et la région géographique. Cela tient compte de la distribution très asymétrique des ventes de gros, de la taille des strates et du niveau requis de la sous-strate au coefficient de variation.

L'échantillon a été choisi pour la première fois à la fin de 1988, puis a été révisé chaque mois pour l'inclusion de nouvelles unités et par l'exclusion des unités décédées.

On communique avec les enquêtés par téléphone ou par l'envoi d'un questionnaire afin d'obtenir le chiffre des ventes mensuelles. Les nouvelles entités de l'enquête sont incluses dans l'enquête sur les nouveaux arrivants, et on leur téléphone pour obtenir des renseignements et le chiffre d'affaires.

Le personnel des huit bureaux régionaux de Statistique Canada effectue les interviews téléphoniques, la saisie des données et la relance des non-répondants. Il se charge aussi du contrôle préliminaire des données saisies et du suivi téléphonique que peuvent nécessiter les défaillances du contrôle. Après ce contrôle, les données sont transmises régulièrement au bureau principal à Ottawa.

Les données font ensuite l'objet d'un contrôle, selon le groupe de commerce et la région géographique, afin de détecter les unités qui s'écartent des attentes, soit par une forte variation d'un mois à l'autre, soit par une grande divergence au regard des autres entreprises. Lorsque les données ne passent pas le contrôle, elles sont sujettes à une inspection manuelle et aux mesures qui s'imposent.

Une fois terminés les contrôles, on procède à l'imputation des unités manquantes. Il existe diverses méthodes à cet égard, et le système choisit automatiquement celle qui convient selon la disponibilité des données. Certaines méthodes d'imputation utilisent les tendances mensuelles, les tendances annuelles, les données historiques, les données annuelles, etc.

Reported or imputed data is then weighted to reflect the population. The weights applied to the survey data are equal to the ratio of the population and sample counts at the sample selection level. The selection level for the Monthly Wholesale Trade Survey is trade group by geographic area by size.

Domain estimation is used to produce the survey estimates. A domain is defined by the most recent classification data available from the frame (CFDB) for the statistical entity and reference period. Therefore, these domains may differ from the original sampling characteristics because records may have changed industry, location or size. These changes are reflected in the estimates as they occur on the CFDB. After the estimates are produced, a listing of the top contributors to the estimates is produced. Individual records which make up a large proportion of the estimates are checked for consistency. Following validation and correction, the data base is created.

Two sets of estimates are produced each month to incorporate late responses. Preliminary estimates are usually available 45 days following the reference period, while revised estimates are published one month after the release of preliminary estimates.

Les données déclarées ou imputées sont ensuite pondérées en fonction de la population. Aux fins de l'enquête, les coefficients de pondération égalent le ratio de la population et des comptes d'échantillon au niveau de sélection. Pour l'enquête mensuelle sur le commerce de gros, ce niveau est le groupe de commerce selon la région géographique et la taille.

L'estimation du domaine sert à produire les estimations de l'enquête. Le domaine comprend, par définition, les plus récentes données de classification tirées du registre (BDRC) pour l'entité statistique et la période de référence. Par conséquent, les domaines peuvent différer des caractéristiques initiales de l'échantillonnage parce qu'il se peut que les entités aient changé de groupe, d'emplacement ou de taille. Ces changements se reflètent dans les estimations à mesure qu'ils sont consignés dans la BDRC. Une fois les estimations produites, on dresse la liste des principaux contributeurs à l'estimation. On vérifie la cohérence des fiches individuelles qui forment une grande proportion des estimations. Après la validation et les corrections, la base de données est créée.

Chaque mois deux jeux d'estimations sont produits pour tenir compte de la réponse tardive. Les estimations préliminaires sont habituellement disponibles 45 jours après la période de référence, tandis que les estimations révisées sont publiées un mois après que les données préliminaires sont relâchées.

## APPENDIX III

### Data Reliability

This publication presents estimates derived from a sample survey; as in any survey, they are subject to errors. The following section describes the sources of errors that may occur in a survey and is intended to assist the reader in the interpretation of the estimates.

#### Sources of Errors

When a survey is conducted, numerous errors may affect the quality of the estimates obtained. These errors fall into two categories: sampling errors and non-sampling errors. The accuracy of the estimates obtained will depend on the combined effect of these two sources of errors.

#### Sampling Errors

Sampling errors occur because data are collected for a part of the population only as opposed to the whole population, as would be the case in a census. The results derived from this survey will therefore likely be different than if a complete census had been taken under the same general survey conditions.

Sampling errors depend on factors such as the size of the sample, variability in the population, sample design and estimation method. For example, for a given size of sample, the sampling error will depend on the choice of sampling units, the stratification method, the allocation of the sample and the selection method.

#### Non-sampling Errors

These errors are present whether a sample or a complete census of the population is taken. Non-sampling errors stem from several sources, the most important of which are described below.

**Coverage Error.** This error stems from an incomplete sampling frame which results in inadequate coverage of the target population. For example, a unit that is missing from the list of wholesale merchants will not be represented in the sample.

**Response Error.** This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information. It may also stem from misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and the tendency of interviewers to explain questions or interpret responses differently.

## APPENDICE III

### Fiabilité des données

La présente publication donne des estimations qui proviennent d'une enquête par échantillonnage et qui risquent, comme dans toute enquête, d'être entachées d'erreurs. On trouve ci-dessous les sources d'erreur que peut comporter une enquête, aux fins de faciliter l'interprétation des estimations.

#### Sources d'erreur

Au cours d'une enquête, la qualité des estimations peut être altérée par deux genres d'erreur: les erreurs d'échantillonnage et les erreurs non dues à l'échantillonnage. Leur effet combiné influence l'exactitude des estimations.

#### Erreurs d'échantillonnage

Les erreurs d'échantillonnage s'expliquent du fait que la collecte des données vise seulement une partie de la population, et non la totalité, comme c'est le cas d'un recensement. Il se peut, par conséquent, que les résultats de l'enquête soient différents de ceux d'un recensement, mené dans les mêmes conditions.

Les erreurs d'échantillonnage sont tributaires de facteurs tels que la taille de l'échantillon, la variabilité de la population, le plan d'enquête et la méthode d'estimation. Par exemple, pour une taille d'échantillon donnée, elles procèdent du choix des unités d'échantillonnage, de la méthode de stratification, de la répartition de l'échantillon et de la méthode de sélection.

#### Erreurs non dues à l'échantillonnage

Ces erreurs se retrouvent aussi bien dans une enquête par échantillonnage que dans un recensement de la population. Elles proviennent de plusieurs sources, dont voici les plus importantes.

**Erreur de couverture.** Elle résulte de l'insuffisance de la base d'échantillon, qui empêche la couverture adéquate de la population visée. Par exemple, une unité manquante dans la liste des marchands de gros ne sera pas représentée dans l'échantillon.

**Erreur de réponse.** Elle peut s'expliquer par la conception du questionnaire, par les caractéristiques de la question ou par l'incapacité ou le refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts. Elle peut aussi découler du fait que des problèmes d'ordre définitionnel ont faussé l'interprétation des questions, ou bien que les interviewers se sont pris différemment pour expliquer les questions ou interpréter les réponses.



**Non-response.** Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. The gaps left in the estimate by these non-respondents are filled by the assignment of an approximate response. The procedure used to assign these approximate values to units which do not respond and to units whose response was deemed unacceptable is called imputation. The data are imputed from earlier data (if available) for these units, or from data provided by respondents. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the imputed units in the survey. This error generally increases with the non-response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

**Processing Error.** This error may occur at the various stages of processing such as coding, data entry, editing, etc.

Non-sampling errors are difficult to measure. Within the limitations of the budget and the human resources available, all attempts have been made to minimize this type of error in calculating the estimates contained in this publication. Units have been defined using the most up-to-date listing; the questionnaires have been designed so as to minimize differences of interpretation; testing has been carried out for the different stages of editing and processing. Moreover, non-respondents are followed up in order to reduce the non-response rate.

#### Measures of Sampling and Non-sampling Error

##### Sampling Error Measure

The particular sample used in this survey is one of a large number of possible samples of the same size that could have been selected using the same sample design under the same conditions.

**Coefficient of variation (CV)** is a common measure which takes into account variation among estimates from all possible sample combinations. The CV is defined as the square root of the variance divided by the estimate. By applying the CV of interest from Table 3, it is possible, through derivation of a confidence interval to predict, with a known probability, the range that the estimate would cover taking into account all possible samples. This range or interval is expected to cover the unknown value being estimated with the predicted probability.

For example, to establish a 95% confidence interval for not seasonally adjusted sales in Ontario one would use:

1. the provincial sales from Table 2; and
2. the coefficient of variation for the estimate from Table 3.

**Non-réponse.** Certains enquêtés refusent de répondre, d'autres en sont incapables et d'autres encore répondent trop tard. On se sert d'une réponse approximative pour combler les vides dans l'estimation créés par ces non-répondants. L'imputation désigne le fait d'attribuer des valeurs approximatives aux unités qui omettent de répondre ou dont la réponse est jugée inacceptable. Elle s'effectue à partir des données disponibles pour ces unités ou fournies par les répondants. La portée de l'erreur due à l'imputation est généralement inconnue; elle est fortement tributaire des différences qui caractérisent les répondants et les unités imputées. Ce genre d'erreur augmente d'habitude au gré du taux de non-réponse, d'où le déploiement d'efforts pour obtenir le meilleur taux de réponse possible.

**Erreur de traitement.** Elle peut se produire aux diverses étapes du traitement: codage, saisie, vérification, etc.

Les erreurs non dues à l'échantillonnage sont difficiles à mesurer. Autant que l'ont permis le budget et les ressources humaines disponibles, on s'est efforcé de les réduire au minimum aux fins du calcul des estimations contenues dans la présente publication. On a défini les unités au moyen des dernières listes à jour; on a conçu les questionnaires de manière à réduire au minimum les divergences d'interprétation; on a soumis à un essai les étapes de vérification et de traitement; et le suivi a été effectué aux non-répondants afin d'abaisser le taux de non-réponse.

#### Mesure de l'erreur d'échantillonnage et de l'erreur non due à l'échantillonnage

##### Mesure de l'erreur d'échantillonnage

L'échantillon utilisé aux fins de l'enquête compte parmi le grand nombre de même taille qu'on aurait pu choisir selon le même plan d'enquête et dans les mêmes conditions.

**Le coefficient de variation (CV)** est une mesure qu'on utilise couramment et qui prend en compte la variation des estimations provenant de toutes les combinaisons d'échantillons possibles. Le CV se définit comme étant la racine carrée de la variation divisée par l'estimation. En appliquant le CV approprié du tableau 3, on peut prédire, au moyen d'un intervalle de confiance et avec une probabilité connue, la portée qu'aurait l'estimation compte tenu de tous les échantillons possibles. Cette portée ou intervalle est censée couvrir la valeur inconnue qui est estimée avec la probabilité prédite.

Par exemple, pour estimer les ventes non saisonnalisées en Ontario selon un intervalle de confiance de 95%, on utiliserait:

1. les ventes provinciales indiquées au tableau 2; et
2. le coefficient de variation de l'estimation provenant du tableau 3.

A 95% confidence interval is then constructed by adding or subtracting twice the value represented by applying the CV to the estimate, for example:

$$12,000,000 + (2 \times 1.8(12,000,000))$$

$$\text{or } 12,000,000 - (2 \times 1.8(12,000,000))$$

Thus, the confidence limit for this example would be: \$11,568,000 to \$12,432,000

Summarizing these findings, the best estimate for not seasonally adjusted sales in Ontario will be found in Table 2. One can be 95% confident that the unknown true value of sales lies in the interval between \$11,568,000 and \$12,432,000.

#### Non Sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. There are several measures that can help the user evaluate this type of error, among others, the response rate and the response fraction.

The **response rate** is a measure of the proportion of those sample units which have responded in time for inclusion in the estimate. To calculate the response rate, one should exclude from the sample, deaths as well as seasonal establishments closed during the month in question.

The **response fraction**, which is a measure of the data response rate, is the proportion of the estimate which is based upon actual reported data.

An example illustrates the two above measures. For example, a cell with 20 active sample units in which 10 respond for a particular month would have a response rate of 50%. However, if the 10 reporting units represented \$9 million out of a total of \$12 million, the response fraction would be 75%. Thus 25% of the estimate came from imputed data.

#### Joint Interpretation of Measures of Error

The two measures of non-response error as well as the coefficient of variation must be considered jointly to have an overview of the quality of the estimates. A lower coefficient of variation combined with a higher response rate and response fraction, will result in a better estimate.

Response fractions and coefficients of variation associated with each estimate appear in Table 3 and Table 11.

On établit ensuite l'intervalle de confiance de 95% en additionnant ou en soustrayant deux fois la valeur représentée par l'application du CV à l'estimation, par exemple:

$$12,000,000 + (2 \times 1.8(12,000,000))$$

$$\text{ou } 12,000,000 - (2 \times 1.8(12,000,000))$$

Dans cet exemple, la limite de confiance serait donc: \$11,568,000 à \$12,432,000.

Pour résumer ces résultats, qui fournissent la meilleure estimation des ventes non désaisonnalisées en Ontario se retrouvent au tableau 2. On est confiant à 95% que la valeur vraie inconnue des ventes se situe dans l'intervalle compris entre \$11,568,000 à 12,432,000.

#### Mesure de l'erreur non due à l'échantillonnage

La non-réponse est un type d'erreur non due à l'échantillonnage. Il existe plusieurs mesures qui permettent de l'évaluer, notamment le taux de réponse et la fraction de réponse.

Le **taux de réponse** est la proportion des unités de l'échantillon dont la réponse parvient dans le délai stipulé pour le calcul de l'estimation. Aux fins du calcul, on exclut de l'échantillon les décès et les établissements saisonniers fermés pendant le mois en question.

La **fraction de réponse**, qui est une mesure du taux de réponse, représente la proportion de l'estimation qui s'appuie sur les données réellement déclarées.

Les deux mesures sont illustrées dans l'exemple suivant. Pour une cellule comportant un échantillon de 20 unités actives, dont 10 répondent pour un mois donné, le taux de réponse serait de 50%. Cependant, si les 10 unités déclarantes représentent \$9 millions sur un total de \$12 millions, la fraction de réponse serait de 75%. Ainsi 25% de l'estimation proviennent des données imputées.

#### Interprétation conjointe des mesures d'erreur

Pour obtenir un aperçu de la qualité des estimations, il faut considérer conjointement les deux mesures de non-réponse ainsi que le coefficient de variation. La meilleure estimation est celle qui comporte un faible coefficient de variation ainsi qu'un taux de réponse et une fraction de réponse élevés.

Les tableaux 3 et 11 indiquent les fractions de réponse et les coefficients de variation pour chaque estimation.



**APPENDIX IV****TRADE GROUP COVERAGE****010 Food, Beverage, Drug and Tobacco Products Wholesalers**

5211 Confectionery  
5212 Frozen Foods (Packaged)  
5213 Dairy Products  
5214 Poultry and Eggs  
5215 Fish and Seafood  
5216 Fresh Fruit and Vegetables  
5217 Meat and Meat Products  
5219 Other Foods  
5221 Non-Alcoholic Beverages  
5222 Alcoholic Beverages  
5231 Drugs  
5232 Toilet Soaps and Preparations  
5239 Drug Sundries and Other Drugs and Toilet Preparations  
5241 Tobacco Products

**020 Apparel and Dry Goods Wholesalers**

5311 Men's and Boys' Clothing and Furnishings  
5312 Women's, Misses' and Children's Outerwear  
5313 Women's, Misses' and Children's Hosiery, Underwear and Apparel Accessories  
5314 Footwear  
5319 Other Apparel  
5321 Piece Goods  
5329 Notions and Other Dry Goods

**030 Household Goods Wholesalers**

5411 Electrical Household Appliances  
5412 Electronic Household Appliances  
5421 Household Furniture  
5431 China, Glassware, Crockery and Pottery  
5432 Floor Coverings  
5433 Linens, Draperies and Other Textile Furnishings  
5439 Other Household Furnishings

**040 Motor Vehicles, Parts and Accessories Wholesalers**

5511 Automobiles  
5512 Trucks and Buses  
5519 Other Motor Vehicles and Trailers  
5521 Tires and Tubes  
5529 Other Motor Vehicle Parts and Accessories

**050 Metals, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies Wholesalers**

5611 Iron and Steel Primary Forms and Structural Shapes  
5612 Other Iron and Steel Products  
5613 Non-Ferrous Metal and Metal Products  
  
5619 Combination Metal and Metal Products  
5621 Hardware  
5622 Plumbing, Heating and Air Conditioning Equipment and Supplies

**Appendice IV****COUVERTURE DES GROUPES DE COMMERCE****010 Grossistes en produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac**

5211 Confiseries  
5212 Produits alimentaires congelés (emballés)  
5213 Produits laitiers  
5214 Volaille et oeufs  
5215 Poisson et fruits de mer  
5216 Fruits et légumes frais  
5217 Viande et produits de la viande  
5219 Autres produits alimentaires  
5221 Boissons non-alcooliques  
5222 Boissons alcooliques  
5231 Médicaments  
5232 Savons et produits de toilette  
5239 Produits pharmaceutiques divers et autres produits de toilette  
5241 Produits du tabac

**020 Grossistes en vêtements et articles de mercerie**

5311 Vêtements et articles d'habillement pour hommes et garçonnets  
5312 Vêtements de dessus pour dames, jeunes filles et enfants  
5313 Bas et chaussettes, sous-vêtements et articles d'habillement pour dames, jeunes filles et enfants  
5314 Chaussures  
5319 Autres vêtements  
5321 Tissus à la pièce  
5329 Articles de mercerie

**030 Grossistes en articles ménagers**

5411 Appareils ménagers électriques  
5412 Appareils ménagers électroniques  
5421 Meubles de maison  
5431 Porcelaine, verrerie, faïence et poterie  
5432 Revêtements de sol  
5433 Linge de maison, tentures et autres articles de textile  
5439 Autres accessoires ménagers d'ameublement

**040 Grossistes en véhicules automobiles, pièces et accessoires**

5511 Automobiles  
5512 Camions et autobus  
5519 Autres véhicules automobiles  
5521 Pneus et chambres à air  
5529 Autres pièces et accessoires pour véhicules automobiles

**050 Grossistes en métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage**

5611 Formes primaires et profilés de charpente en fer et en acier  
5612 Autres produits en fer et en acier  
5613 Métaux non ferreux et produits en métaux non ferreux  
5619 Combinaisons de métaux et produits en métal  
5621 Articles de quincaillerie  
5622 Matériel et fournitures de plomberie, de chauffage et de climatisation



**060 Lumber and Building Materials Wholesalers**

5631 Lumber, Plywood and Millwork

5632 Paint, Glass and Wallpaper

5639 Other Building Materials

**070 Farm Machinery, Equipment and Supplies Wholesalers**

5711 Farm Machinery, Equipment and Supplies

**080 Other Machinery, Equipment and Supplies Wholesalers**

5721 Construction and Forestry Machinery, Equipment and Supplies

5722 Mining Machinery, Equipment and Supplies

5731 Industrial Machinery, Equipment and Supplies

5741 Electrical Wiring Supplies and Electrical Construction Material

5742 Electrical Generating and Transmission Equipment and Supplies

5743 Electronic Machinery, Equipment and Supplies (Except Computer and Related Equipment)

5744 Computer and Related Machinery, Equipment and Packaged Software

5749 Other Electrical and Electronic Machinery, Equipment and Supplies

5791 Office and Store Machinery, Equipment and Supplies

5792 Service Machinery, Equipment and Supplies

5793 Professional Machinery, Equipment and Supplies

5799 Other Machinery, Equipment and Supplies n.e.c.

**090 Other Products Wholesalers**

5011 Livestock

5019 Other Farm Products

5911 Automobile Wrecking

5919 Other Waste Materials

5921 Newsprint

5922 Stationery and Office Supplies

5929 Other Paper and Paper Products

5931 Agricultural Feeds

5932 Seeds and Seed Processing

5939 Agricultural Chemical and Other Farm Supplies

5941 Toys, Novelties and Fireworks

5942 Amusement and Sporting Goods

5951 Photographic Equipment and Supplies

5952 Musical Instruments and Accessories

5961 Jewellery and Watches

5971 Industrial and Household Chemicals

5981 General Merchandise

5991 Books, Periodicals and Newspapers

5992 Second-Hand Goods (Except Machinery and Automotive)

5993 Forest Products

5999 Other Products n.e.c.

**060 Grossistes en bois et matériaux de construction**

5631 Bois de construction, contreplaqués et bois travaillé

5632 Peintures, vitres et papiers peints

5639 Autres matériaux de construction

**070 Grossistes en machines, matériel et fournitures agricoles**

5711 Machines, matériel et fournitures agricoles

**080 Grossistes en autres machines, matériel et fournitures**

5721 Machines, matériel et fournitures de construction et d'exploitation forestière

5722 Machines, matériel et fournitures d'extraction minière

5731 Machines, matériel et fournitures industriels

5741 Fournitures pour canalisations électriques et matériaux d'installations électriques

5742 Matériel et fournitures de production et de transmission d'électricité

5743 Machines, matériel et fournitures électroniques (sauf ordinateurs et le matériel connexe)

5744 Ordinateur, machines et matériel connexes et progiciel

5749 Autres machines, matériel et fournitures électriques et électroniques

5791 Machines, matériel et fournitures de bureau et de magasin

5792 Machines, matériel et fournitures des entreprises de services

5793 Machines, matériel et fournitures d'usage professionnel

5799 Autres machines, matériel et fournitures n.c.a.

**090 Grossistes en produits divers**

5011 Bétail

5019 Autres produits agricoles

5911 Démontage d'automobiles

5919 Autres matières de rebut

5921 Papier journal

5922 Papeterie et fournitures de bureau

5929 Autres papiers et produits du papier

5931 Aliments pour animaux

5932 Semences et traitement des semences

5939 Produits chimiques et autres fournitures agricoles

5941 Jouets, articles de fantaisie et pièces pour feu d'artifice

5942 Articles de loisir et de sport

5951 Matériel et fournitures photographiques

5952 Instruments et accessoires de musique

5961 Bijoux et montres

5971 Produits chimiques d'usage ménager et industriel

5981 Marchandise générale

5991 Livres, périodiques et journaux

5992 Marchandises d'occasion (sauf machines et véhicules automobiles)

5993 Produits forestiers

5999 Autres produits n.c.a.

## APPENDIX V

### Other Survey Related Issues

#### Seasonal Adjustment

Socio-economic time series contain four basic components: the trend-cycle, the seasonal, the trading-day and the irregular components. The component of interest is usually the trend-cycle, which reflects the more fundamental evolution of the series (e.g. the business cycle), whereas the other components reflect short-term transient movements. Seasonal variations are caused by the direct and indirect effects of climatic and institutional seasons (e.g. Christmas); they tend to repeat from year to year. Trading-day variations originate from the fact that the relative importance of the days vary systematically within the week and that the number of each day in a given month varies from year to year. For instance, Sundays is typically less active than other days, and the number of Sundays, Mondays, etc., in July (say) changes from year to year. Finally, the irregular component is a residual which captures measurement errors and events which occur in an irregular manner.

Thus the seasonal, trading-day and irregular components all conceal the fundamental trend-cycle component of the series. Seasonal adjustment consists of removing the seasonal and the trading-day components from the series. Seasonal adjustment thus helps reveal the trend-cycle. However, one must bear in mind that the seasonally adjusted series contains not only the trend-cycle but also the irregular component (which is technically difficult to isolate for the current months). The month-to-month comparisons of the seasonally adjusted series are thus affected by the irregular fluctuations.

Many users of time series data view same-month comparisons as a substitute for seasonal adjustment. They should be aware of the limitations of such comparisons, especially in the presence of trading-day variations. A fall between October 1993 and October 1994, for instance, may be entirely due to the fact that October 1993 contained five of the more active days and four of the less active days of the week; and October 1994, four of the more active days of the week and five of the less active days. In the absence of trading-day variations (which is the case if all 7 days have same importance), same-month comparisons are still of limited value, because they measure the average movement over the 12-month period and not the most recent movements. For instance, same-month comparisons may indicate a continuing growth of activity, while in fact the trend-cycle has been falling for the last few months (which seasonal adjustment would reveal).

## APPENDICE V

### Autres questions relatives à l'enquête

#### La désaisonnalisation ou correction pour variations saisonnières

Les séries temporelles socio-économiques comptent quatre composantes principales: la tendance-cycle, la saisonnalité, la composante attribuable à la rotation des jours et la composante irrégulière. L'intérêt porte généralement sur la tendance-cycle, qui reflète l'évolution fondamentale de la série (ex. le cycle des affaires), tandis que les autres composantes traduisent des mouvements passagers à court terme. Les variations saisonnières sont le produit des effets directs et indirects des saisons climatiques et institutionnelles (ex. Noël); elles tendent à se répéter d'année en année. La composante de rotation des jours provient du fait que l'importance relative des jours varie systématiquement à l'intérieur de la semaine et que le nombre de chacun des jours dans un mois donnée varie d'une année à l'autre. Par exemple, dimanche connaît typiquement moins d'activité que les autres jours, et le nombre de dimanches, lundis, etc., en juillet (disons) change d'année en année. Enfin, la composante irrégulière est un résidu incorporant les erreurs de mesure ainsi que les événements qui se produisent de manière irrégulière.

Ainsi, les composantes saisonnière et irrégulière, de rotation des jours masquent la composante fondamentale de la série, qui est la tendance-cycle. La désaisonnalisation consiste à retirer les composantes saisonnière et de rotation des jours de la série. Elle contribue donc à révéler la tendance-cycle. On doit cependant garder à l'esprit que la série désaisonnalisée comprend non seulement la tendance-cycle mais aussi la composante irrégulière (techniquement difficile à isoler pour les mois courants). Les comparaisons sur mois adjacents de la série désaisonnalisée sont donc affectées par les fluctuations irrégulières.

Beaucoup d'utilisateurs de données chronologiques perçoivent les comparaisons sur mois homologues comme un substitut à la désaisonnalisation. Ils doivent être conscients des limitations de pareilles comparaisons, surtout en présence de composante de rotation des jours. Une baisse entre octobre 1993 et octobre 1994, par exemple, peut être entièrement due au fait qu'octobre 1993 contenait cinq des jours les plus actifs de la semaine et quatre des jours les moins actifs; et octobre 1994, quatre des jours actifs et cinq des jours inactifs. En l'absence de variations de rotation des jours (ce qui se produit si les 7 jours ont la même importance), les comparaisons sur mois homologues restent d'une utilité limitée, parce qu'elles mesurent le mouvement moyen pour l'ensemble des douze mois et non pas les mouvements les plus récents. Ainsi, les comparaisons sur mois homologues peuvent indiquer une hausse poursuivie de l'activité, tandis qu'en fait la tendance-cycle est en chute depuis quelques mois (ce que révélerait la désaisonnalisation).



In order to seasonally adjust its time series, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA method. The method is a combination of the ARIMA forecasting method and of the X-11 seasonal adjustment method, which is a ratio-to-moving average method.

During the transition period between the old and the new survey introduced in January 1989, the seasonally adjusted series obtained from the X-11-ARIMA method were smoothed by a three-month moving average. The need for such smoothing, which aimed at eliminating the disruptions introduced by the new survey design and methodology, has now disappeared. Starting in 1991, the practice is discontinued, both for the current and the past estimates.

The Wholesale Trade series form a system of 21 series: the Canada grand total, the 11 provincial totals (including the two territories combined) and the 9 trade group totals. For non-seasonally adjusted series, the eleven provincial totals add to the grand total for each month, and similarly for the nine trade group totals. Unfortunately, seasonal adjustment removes the additivity of a system of series: small discrepancies, which generally vary between -1% and 1%, are observed between the sum of the seasonally adjusted components and the seasonally adjusted grand total. Responding to the need of the series users, Statistics Canada now applies an harmonization process to the seasonally adjusted Wholesale Trade series, in order to restore their additivity. The process is such a) that the components are modified as little as possible in percentage, b) that the components add to the grand total for each month and c) that, for each component, the monthly values add up to the yearly totals of the non-adjusted series. This harmonization process is applied to the trade group totals with respect to the grand total, and then to the provincial totals with respect to the same grand total.

#### Comparison To Other Sources

The redesigned survey differs from the old monthly in several respects.

The survey design is described in Appendix II. Salient differences include an improved survey frame, regional collection of data, increased edits and a better imputation system.

In terms of data availability, for the first time, sales by trade group is now published.

From 1981 to the present, CANSIM contains converted monthly trade group and geographical data.

Pour désaisonnaliser ses chroniques, Statistique Canada utilise la méthode X-11-ARMMI. La méthode est une combinaison de la méthode de prévision ARMMI (ARIMA) et de la méthode désaisonnalisation X-11, qui est une méthode du type rapport à la moyenne mobile.

Durant la période de transition entre l'ancienne et la nouvelle enquête introduite en janvier 1989, les séries désaisonnalisées obtenues de la méthode X-11-ARMMI étaient lissées par une moyenne mobile de trois mois. La nécessité de ce lissage, qui visait à éliminer les perturbations introduites par le nouveau plan de sondage et la nouvelle méthodologie, est maintenant disparue. À partir de 1991, cette pratique est abandonnée autant pour les chiffres courants que passés.

Les séries du Commerce de gros forment un système de 21 séries: le grand total canadien, les 11 totaux provinciaux (avec les deux territoires combinés) et les 9 totaux par groupe de commerce. Pour les séries non désaisonnalisées, les onze totaux provinciaux s'additionnent au grand total pour chaque mois; de même, les neuf totaux par groupe de commerce. Malheureusement la désaisonnalisation enlève son additivité à un système de séries: de faibles écarts, qui varient généralement entre -1% et 1%, s'observent entre la somme des composantes désaisonnalisées et le grand total désaisonnalisé. À la demande des usagers des séries, Statistique Canada applique maintenant un procédé de réconciliation aux séries désaisonnalisées du Commerce de gros, afin d'en restituer l'additivité. Le procédé est tel a) que les composantes du système soient modifiées le moins possible en pourcentage, b) que les composantes se somment au grand total pour chaque mois et c) que pour chaque composante les valeurs mensuelles s'additionnent aux totaux annuels de la série non désaisonnalisée. Ce procédé de réconciliation est appliqué aux totaux par groupes de commerce par rapport au grand total; puis, aux totaux provinciaux par rapport au même grand total.

#### Comparaison avec d'autres sources

L'enquête mensuelle remaniée diffère de la précédente sous plusieurs aspects.

Le plan de l'enquête est décrit à l'appendice II. Parmi les différences saillantes figurent une base d'enquête améliorée, la collecte régionale des données, des contrôles accrus et un système d'imputation affiné.

En ce qui concerne les données disponibles, on publie pour la première fois les chiffres d'affaires selon le groupe de commerce.

De 1981 jusqu'à maintenant, CANSIM contient les données mensuelles converties pour les groupes de commerce et les régions géographiques.



# Hire our team of researchers for \$56 a year

# Notre équipe de chercheurs est à votre service pour 56 \$ par année



**S**ubscribing to *Perspectives on Labour and Income* is like having a complete research department at your disposal. Solid facts. Unbiased analysis. Reliable statistics.

But *Perspectives* is more than just facts and figures. It offers authoritative insights into complex labour and income issues, analyzing the statistics to bring you simple, clear summaries of labour market and income trends.

Our team of experts brings you the latest labour and income data. Each quarterly issue provides:

- topical articles on current labour and income trends
- more than 50 key labour and income indicators
- a review of ongoing research
- information on new surveys

As a special bonus, twice a year you will also receive *The Labour Market Review*, giving you timely analysis on labour market performance over the previous six months or year.

**And all for only \$56!**

Thousands of Canadian professionals turn to *Perspectives* to discover emerging trends in labour and income and to stay up to date on the latest research findings. As a subscriber, you will get the inside story.

We know you'll find *Perspectives* indispensable. GUARANTEED. If you aren't convinced after reading the first issue, we'll give you a FULL REFUND on all outstanding issues. Order your subscription to *Perspectives* today (Cat. No. 75-0010XPE).

## ORDER NOW!

For only \$56 (plus \$3.92 GST) you will receive the latest labour and income research (4 issues per year). Subscription rates are US\$68 for U.S. customers and US\$80 for customers in other countries. Fax your VISA or MasterCard order to: (613) 951-1584. Call toll free: 1-800-267-6677. Or mail to: Statistics Canada, Marketing Division, Sales and Service, 120 Parkdale Ave., Ottawa, Ontario K1A 0T6. Or contact your nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

**S'**abonner à *L'emploi et le revenu en perspective*, c'est disposer d'une division entière de chercheurs à votre service. Des faits solides. Des analyses objectives. Des statistiques fiables.

La publication n'a pas que des faits et des chiffres. Elle offre également des analyses de fond sur des questions complexes touchant l'emploi et le revenu, de façon à fournir des indications claires et précises sur les

tendances actuelles du marché du travail et des revenus.

Notre équipe de spécialistes met à votre disposition des données récentes sur l'emploi et le revenu. Dans chacun des numéros trimestriels, vous trouverez :

- des articles de fond sur l'emploi et le revenu
- plus de 50 indicateurs clés de l'emploi et du revenu
- un aperçu de la recherche en cours
- de l'information sur les nouvelles enquêtes

En prime, vous recevrez le *Bilan du marché du travail* deux fois l'an. Vous disposerez ainsi d'une analyse à jour de la situation du marché du travail pour les six derniers mois ou la dernière année.

**Tout cela pour 56 \$ seulement!**

Des milliers de professionnels au Canada consultent *Perspective* pour connaître les tendances de l'emploi et du revenu, ainsi que les plus récents résultats de recherche. Votre abonnement vous permettra de connaître tous les faits.

Nous savons que *L'emploi et le revenu en perspective* deviendra pour vous un outil indispensable. C'EST GARANTI. Si vous n'êtes pas satisfait après avoir lu le premier numéro, nous vous REMBOURSERONS le montant payé pour les numéros à venir. Abonnez-vous à *Perspective* (n° 75-0010XPF au cat.) dès aujourd'hui.

## ABONNEZ-VOUS DÈS MAINTENANT!

Pour 56 \$ seulement (TPS de 3,92 \$ en sus), vous recevrez les plus récentes recherches sur l'emploi et le revenu (quatre numéros par année). L'abonnement est de 68 \$ US aux États-Unis et de 80 \$ US dans les autres pays. Faites parvenir votre commande par télécopieur (VISA ou MasterCard) au (613) 951-1584, par téléphone (sans frais) au 1-800-267-6677, par courrier à Statistique Canada, Division du marketing, Vente et service, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6. Ou communiquez avec le Centre de consultation de Statistique Canada le plus près. (Voir la liste dans la présente publication).









# Pick a topic... any topic

The **1994 Statistics Canada Catalogue** is your guide to the most complete collection of facts and figures on Canada's changing business, social and economic environment. No matter what you need to know, the **Catalogue** will point you in the right direction.

From the most popular topics of the day – like employment, income, trade, and education – to specific research studies – like mineral products shipped from Canadian ports and criminal victimization in urban areas – you'll find it all here.

... the **1994 Statistics Canada Catalogue** will help you get your bearings...

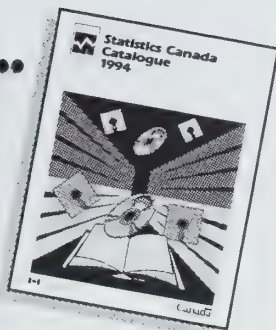
The **Catalogue** puts all this information at your fingertips. With the expanded index, you can search by subject, author or title – even periodical articles are indexed. There's also a separate index for all our electronic products.

The **Catalogue** has everything you need to access all Statistics Canada's products:

- descriptions of over 25 new titles, plus succinct abstracts of the over 650 titles and 7 map series already produced;

- a complete guide to finding and using statistics;

- electronic products in a variety of media, and



advice on getting expert assistance on electronic products and on-line searches;

tabs to each section – so you can immediately flip to the information you need.

## ... time and time again

To make sure that the **Catalogue** stands up to frequent use, we used a specially coated cover to prevent broken spines, tattered edges and dog-eared corners.

Order today – you'll be lost without it.

## 1994 Statistics Canada Catalogue

Only \$15 in Canada (US\$18 in the U.S. and US\$21 in other countries). Quote Cat. no. 11-2040XPE.

### Write to:

Statistics Canada  
Marketing Division  
Sales and Service  
120 Parkdale Avenue  
Ottawa, Ontario K1A 0T6

### Fax:

(613) 951-1584

### Call toll-free:

1-800-267-6677

Or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

# Choisissez un sujet... n'importe lequel

Le **Catalogue de Statistique Canada 1994** est votre guide pour la collection la plus complète de faits et de chiffres dans les domaines, en constante évolution, du commerce, de la société et de l'économie du Canada. Peu importe ce que vous voulez savoir, le **Catalogue** vous mettra sur la bonne piste.

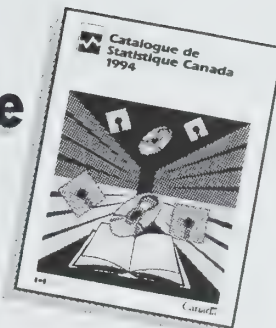
Des sujets actuels les plus populaires – comme l'emploi, le revenu, le commerce et l'éducation – à des études de recherche spécialisées – comme les produits minéraux expédiés des ports canadiens et la victimisation dans les régions urbaines – vous trouverez tout dans ce document.

## Le Catalogue de Statistique Canada 1994 vous aidera à vous orienter...

Le **Catalogue** vous met tous ces renseignements sous la main. L'index augmenté vous permet de chercher par sujet, auteur ou titre – les articles de périodiques sont même indexés. On a aussi ajouté un index séparé pour tous nos produits électroniques.

Le **Catalogue** a tout ce qu'il vous faut pour vous procurer les produits de Statistique Canada :

- descriptions de plus de 25 nouveaux titres et courts résumés des 650 titres et plus et des 7 séries de cartes déjà disponibles;
- guide complet pour obtenir et utiliser les données statistiques;
- produits électroniques sur supports divers et



conseils sur l'obtention d'aide d'experts pour les produits électroniques et les recherches en direct;

système d'onglets pour chaque section – pour que vous puissiez immédiatement repérer les renseignements qui vous intéressent.

## ... maintes et maintes fois

Pour garantir que le **Catalogue** puisse résister à une utilisation fréquente, nous avons utilisé une couverture avec un revêtement spécial conçue pour éviter les dos cassés, les bords abîmés et les coins de page pliés.

Commandez aujourd'hui – vous ne pourrez plus vous en passer.

## Catalogue de Statistique Canada 1994

Seulement 15 \$ au Canada (18 \$ US aux États-Unis et 21 \$ US dans les autres pays). Indiquez le n° au catalogue : 11-2040XPE.

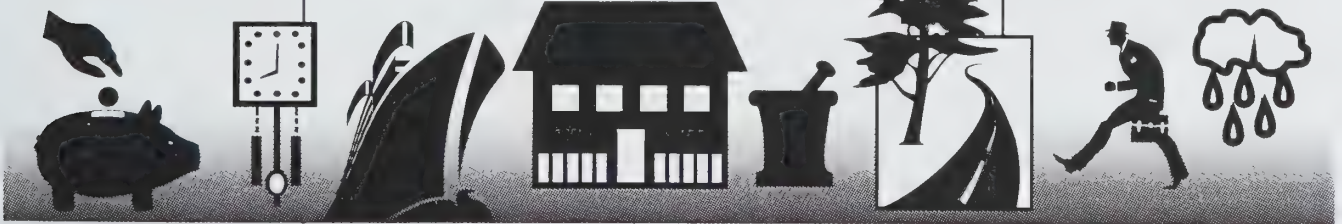
### Écrivez à :

Statistique Canada  
Division du marketing  
Vente et service  
120, avenue Parkdale  
Ottawa (Ontario) K1A 0T6

**Télécopieur : (613) 951-1584**

**Appels sans frais : 1-800-267-6677**

Ou contactez le Centre de consultation de Statistique Canada le plus proche (voir la liste figurant dans la présente publication).



*Don't let the changing world  
take you by surprise!*

*Ne soyez pas dépassé  
par les événements!*



**An aging population. Lone-parent families. A diverse labour force. Do you know how today's social changes will affect your future ... your organization ... and your family?**

**Keep pace with the dramatic shifts in Canada's evolving social fabric with Statistic Canada's best-selling quarterly, *Canadian Social Trends*. With vast and varied reports on major changes in key social issues and trends, this periodical incorporates findings from over 50 national surveys.**

**Written by some of Canada's leading-edge social analysts, *Canadian Social Trends* combines painstaking research with dynamic prose on topics like ethnic diversity, low-income families, time-crunch stress, violent crime and much more — all in a colourful, easy-to-read, magazine format.**

***A lasting record of changing times!***

**Join the thousands of business and policy analysts, social-science professionals, and academics who trust *Canadian Social Trends* to demystify the causes and consequences of change in Canadian society. Don't miss a single issue — subscribe today.**

***Canadian Social Trends* (catalogue number 11-0080XPE) is \$34 annually in Canada, US\$41 in the United States and US\$48 in other countries.**

**Le vieillissement de la population. Les familles monoparentales. La diversification de la population active. Savez-vous comment les changements sociaux d'aujourd'hui vont se répercuter sur votre avenir, votre organisation, votre famille?**

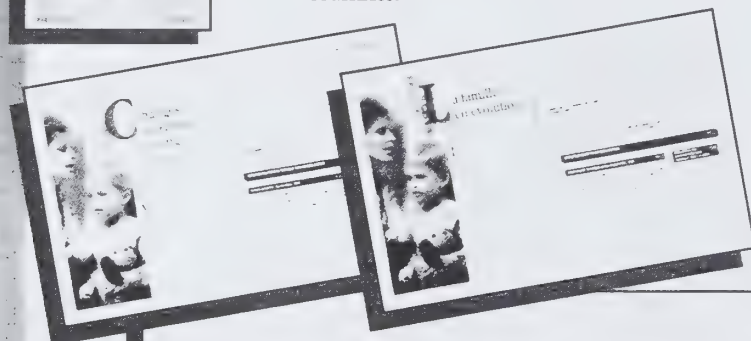
**Suivez l'évolution spectaculaire de la société canadienne grâce à *Tendances sociales canadiennes*, une publication trimestrielle de Statistique Canada. Avec des articles vastes et variés sur les principaux changements caractérisant les questions et les tendances sociales principales, cette publication intègre les résultats de plus de 50 enquêtes nationales.**

**Certains des analystes sociaux les plus reconnus du Canada rédigent des articles dans *Tendances sociales canadiennes*. Ils présentent les résultats de recherches minutieuses dans un style attrayant pour des sujets tels que la diversité ethnique, les familles à faible revenu, le stress dû au manque de temps, le crime et bien d'autres encore dans une revue haute en couleur et de lecture aisée.**

***Un dossier permanent d'une époque en évolution!***

**Des milliers d'analystes des entreprises et des politiques, de professionnels des sciences sociales et d'universitaires lisent *Tendances sociales canadiennes* pour identifier les causes et les conséquences de l'évolution de la société canadienne. Ne manquez pas un numéro, abonnez-vous dès aujourd'hui.**

**L'abonnement annuel à *Tendances sociales canadiennes* (n° 11-0080XPF au catalogue) coûte 34 \$ au Canada, 41 \$ US aux États-Unis et 48 \$ US dans les autres pays.**



To order, write to Statistics Canada, Marketing Division, Sales and Service, 120 Parkdale Ave., Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

If more convenient, fax your order to 1-613-951-1584 or call toll-free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard.

Pour passer votre commande, écrivez à Statistique Canada, Division du marketing, Vente et service, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou adressez-vous au centre de services-conseils de Statistique Canada le plus proche de chez vous et dont la liste figure dans cette publication.

Vous pouvez aussi envoyer votre commande par télécopieur, au 1-613-951-1584, ou téléphoner sans frais au 1-800-267-6677 et donner votre numéro de carte VISA ou MasterCard.





Catalogue 63-008 Monthly

# Wholesale Trade

February 1995

Catalogue 63-008 Mensuel

# Commerce de gros

Février 1995

Cover  
Publication



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada



## Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

## How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Wholesale Trade Section,  
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 Telephone:  
(1-613-951-3541) or to the Statistics Canada  
reference centre in:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montreal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Toll-free access is provided in all provinces and territories, **for users who reside outside the local dialing area** of any of the regional reference centres.

Newfoundland, Labrador, Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Saskatchewan	1-800-667-7164
Manitoba	1-800-661-7828
Southern Alberta	1-800-882-5616
Alberta and Northwest Territories	1-800-563-7828
British Columbia and Yukon	1-800-663-1551

**Telecommunications Device for the  
Hearing Impaired** 1-800-363-7629

## How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Marketing Division, Sales and Service, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)  
Facsimile Number (1-613-951-1584)  
Toronto Credit Card Only (1-416-973-8018)

**Toll Free Order Only Line (Canada  
and United States)** 1-800-267-6677

## Standards of Service to the Public

To maintain quality service to the public, Statistics Canada follows established standards covering statistical products and services, delivery of statistical information, cost-recovered services and service to respondents. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

## Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimés d'ordinateur, microfiches et microfilms et bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiinologique et le système d'extraction de Statistique Canada.

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de gros,  
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 téléphone:  
(1-613-951-3541) ou au centre de consultation de  
Statistique Canada à:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montréal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, **aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador, Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Saskatchewan	1-800-667-7164
Manitoba	1-800-661-7828
Sud de l'Alberta	1-800-882-5616
Alberta et Territoires du Nord-Ouest	1-800-563-7828
Colombie-Britannique et Yukon	1-800-663-1551

**Appareils de télécommunications pour  
les malentendants** 1-800-363-7629

## Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Division du marketing, Ventes et Service, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)  
Numéro du télécopieur (1-613-951-1584)  
Toronto Carte de crédit seulement (1-416-973-8018)

**Numéro sans frais pour commander  
seulement(Canada et États-Unis)** 1-800-267-6677

## Normes de service au public

Afin de maintenir la qualité du service au public, Statistique Canada observe des normes établies en matière de produits et de services statistiques, de diffusion d'information statistique, de services à recouvrement des coûts et de services aux répondants. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.



Statistics Canada  
Industry Division  
Wholesale Trade Section

# Wholesale Trade

February 1995

Statistique Canada  
Division de l'industrie  
Section du commerce de gros

# Commerce de gros

Février 1995

Published by authority of the Minister  
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1995

All rights reserved. No part of this publication  
may be reproduced, stored in a retrieval system  
or transmitted in any form or by any means,  
electronic, mechanical, photocopying, recording  
or otherwise without prior written permission  
from Licence Services, Marketing Division,  
Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada  
K1A 0T6.

**May 1995**

Price: Canada: \$18.00 per issue,  
\$180.00 annually  
United States: US\$22.00 per issue,  
US\$216.00 annually  
Other Countries: US\$26.00 per issue,  
US\$252.00 annually

**Catalogue 63-008, Vol. 58, No. 2**

ISSN 0380-7894

Ottawa

---

## Note of Appreciation

Canada owes the success of its statistical system  
to a long-standing cooperation involving Statistics  
Canada, the citizens of Canada, its businesses,  
governments and other institutions. Accurate and  
timely statistical information could not be produced  
without their continued cooperation and goodwill.

Publication autorisée par le ministre  
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1995

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire  
ou de transmettre le contenu de la présente  
publication, sous quelque forme ou par quelque  
moyen que ce soit, enregistrement sur support  
magnétique, reproduction électronique,  
mécanique, photographique, ou autre, ou de  
l'emmagasiner dans un système de recouvrement  
sans l'autorisation écrite préalable des  
Services de concession des droits de licence,  
Division du marketing, Statistique Canada,  
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

**Mai 1995**

Prix: Canada: 18 \$ l'exemplaire,  
180 \$ par année  
États-Unis: 22 \$ US l'exemplaire,  
216 \$ US par année  
Autres pays: 26 \$ US l'exemplaire,  
252 \$ US par année

**Catalogue 63-008, vol. 58, no. 2**

ISSN 0380-7894

Ottawa

---

## Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada  
repose sur un partenariat bien établi entre  
Statistique Canada et la population, les entreprises,  
les administrations canadiennes et les autres  
organismes. Sans cette collaboration et cette bonne  
volonté, il serait impossible de produire des  
statistiques précises et actuelles.

## Symbols

The following symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.
- \* The reader is asked to note that the data are either based on a response which falls below the usual standard for publication or have a greater degree of variability than normal associated with them due to list structure changes i.e., birth/death adjustments and classification changes, and should therefore be used with caution.

## NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

## A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Wholesale Trade (Matrix Nos. 0059, 0061, 0648, 0649), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **G. Andrusiak**, Director, Industry Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **L. Murphy**, Acting Chief, Wholesale Trade Section, Distributive Trades, Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.

## Signes conventionnels

Les signes suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.
- \* Le lecteur est prié de noter que les données sont fondées sur des réponses qui ne satisfont pas à la norme habituelle exigée pour la publication ou que celles-ci ont une plus grande marge d'inconsistance que l'on devrait normalement obtenir, et ce, à cause de la structure de la liste, c'est-à-dire des ajustements dus aux créations et aux disparitions et des changements dans le classement

## NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

## NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (système canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de gros (matrice nos 0059, 0061, 0648, 0649), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **G. Andrusiak**, directeur, Division de l'industrie
- **R. Lussier**, directeur adjoint, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- **L. Murphy**, chef intérimaire, Section du commerce de gros, Sous-division des commerce de distributions, Division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences - "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 - 1984.



TABLE OF CONTENTS	PAGE	TABLE DES MATIERES	PAGE
Introduction	v	Introduction	v
Charts	vii	Graphiques	vii
Highlights	ix	Points saillants	ix
Statistical Tables		Tableaux statistiques	
1. Wholesale Merchants Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region	2	1. Ventes des marchands de gros, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région	2
2. Wholesale Merchants Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region	4	2. Ventes des marchands de gros, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région	4
3. Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Sales	6	3. Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des ventes	6
4. Wholesale Merchants Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region, Historical	8	4. Ventes des marchands de gros, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région, historique	8
5. Wholesale Merchants Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region, Historical	10	5. Ventes des marchands de gros, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région, historique	10
6. Wholesale Merchants Inventories, Seasonally Adjusted, by Trade Group	12	6. Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce	12
7. Wholesale Merchants Inventories, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group	12	7. Stocks des marchands de gros, non-désaisonnalisés, selon le groupe de commerce	12
8. Wholesale Merchants Inventories, Seasonally Adjusted, by Trade Group, Historical	14	8. Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce, historique	14
9. Wholesale Merchants Inventories, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group, Historical	14	9. Stocks des marchands de gros, non-désaisonnalisés, selon le groupe de commerce, historique	14
10. Wholesale Merchants Inventories/Sales Ratio, Seasonally Adjusted, by Trade Group	16	10. Marchands de gros, rapport stocks/ventes, désaisonné, selon le groupe de commerce	16
11. Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Inventories	16	11. Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des stocks	16



## Introduction

This publication presents estimates of monthly sales of wholesale merchant establishments for Canada, each province and for the Yukon and Northwest Territories combined. In addition to total sales, sales and inventories, and as well as inventories to sales ratios appear for major trade groups based on the 1980 Standard Industrial Classification.

Sales figures are on a net basis (gross sales less returns, adjustments and discounts) whether on cash or credit, and exclude any taxes collected. Also included are commissions earned by wholesalers also acting as agents, while the sales of goods owned by others are excluded.

Inventory figures are the value of the goods owned and held for resale. Included are any inventory in transit or on consignment. Excluded are goods owned and held in inventory abroad, and inventories held on consignment from others.

The estimates contained in this publication are derived from a redesigned monthly survey which incorporates a revised list of wholesale businesses. For a more detailed discussion of the new survey methodology see Appendix II in January 1994 issue.

Establishments in wholesale trade are primarily engaged in selling merchandise to retailers, to other wholesalers, to industrial, commercial, institutional and professional users, to farmers for use in farm production, and for export; or acting as agents or brokers in buying or selling merchandise to such persons or organizations on a commission basis.

However sales to end-users of certain commodities (usually capital or investment (non-consumer) goods) such as computer equipment, feed, seed or other farm supplies, lumber and building materials, trucks and commercial vehicles, and all types of machinery and equipment are always classified to wholesale trade. A complete review of definitions and concepts appears in Appendix I in the January 1994 issue.

Users should note that each month, unless otherwise indicated, this publication will contain preliminary estimates for the current month and revised estimates for the preceding month for the unadjusted series. The estimates of the seasonally adjusted series are revised for the preceding three months.

## Introduction

La présente publication donne des estimations des ventes mensuelles des établissements de commerce de gros pour le Canada, les provinces, le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest ensemble. En plus des ventes totales, elle contient des données ventilées pour les ventes et les stocks, ainsi que les rapports entre les stocks et les ventes, selon les grands groupes de commerce établis par la Classification type des industries de 1980.

Les chiffres concernent les ventes nettes (ventes brutes diminuées des rendus, des rabais et des escomptes), à crédit ou à comptants, sans les taxes perçues. Sont incluses les commissions obtenues par les grossistes faisant aussi fonction d'agents, mais non les ventes de marchandises appartenant à d'autres entreprises.

Les données sur les stocks représentent la valeur des marchandises possédées et détenues pour la revente. Sont inclus tous les stocks en transit ou en consignment. Ne sont pas comptées les marchandises possédées et détenues à l'étranger, ainsi que les stocks détenus en consignment pour les autres.

Les estimations contenues dans la présente publication sont tirées d'une enquête mensuelle remaniée, qui se fonde sur une liste révisée des établissements de commerce de gros. L'appendice II dans la publication de janvier 1994, traite en détail de la méthodologie employée pour l'enquête.

Les établissements dont l'activité principale est le commerce de gros vendent des marchandises à des détaillants, à d'autres grossistes, à des industriels, à des commerçants, à des établissements publics, à des professionnels, à des agriculteurs s'il s'agit de marchandises destinées à la production agricole, et à d'autres pays; ou encore vendent des marchandises ou en achètent pour le compte d'autrui, à titre d'agents ou de courtiers, moyennant une commission.

Par ailleurs, on attribue toujours au commerce de gros les ventes de certains produits à l'utilisateur final (habituellement les biens d'équipement ou d'investissement), par exemple le matériel informatique, les aliments pour animaux, les semences et les autres fournitures agricoles, le bois et les matériaux de construction, les camions et les véhicules commerciaux, et tous les genres de machines et de matériel. L'appendice I dans la publication de janvier 1994, contient l'ensemble des définitions et des concepts.

L'utilisateur devrait noter que la publication renfermera tous les mois, à moins d'indication contraire, les estimations provisoires pour le mois en cours et les estimations révisées du mois précédent pour les séries non désaisonnalisées. Les estimations des séries désaisonnalisées sont révisées pour les trois mois précédents.





Chart 1

Graphique 1

## Wholesale Merchants' Sales

## Ventes des marchands de gros

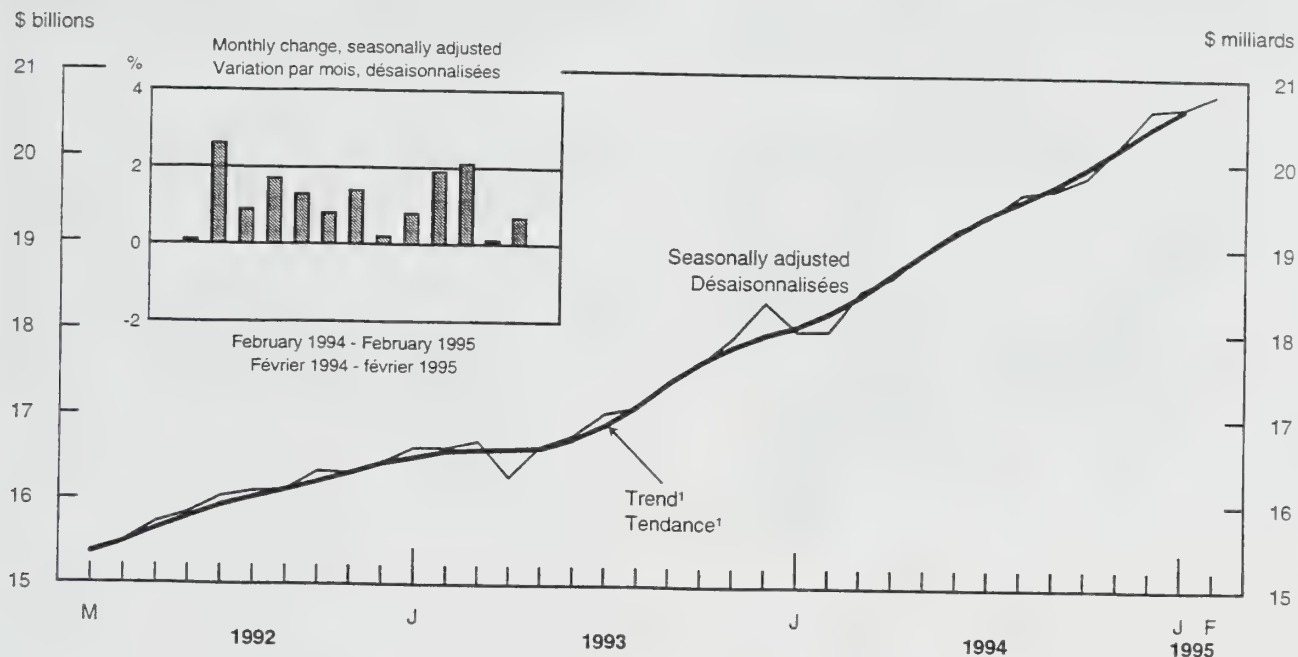
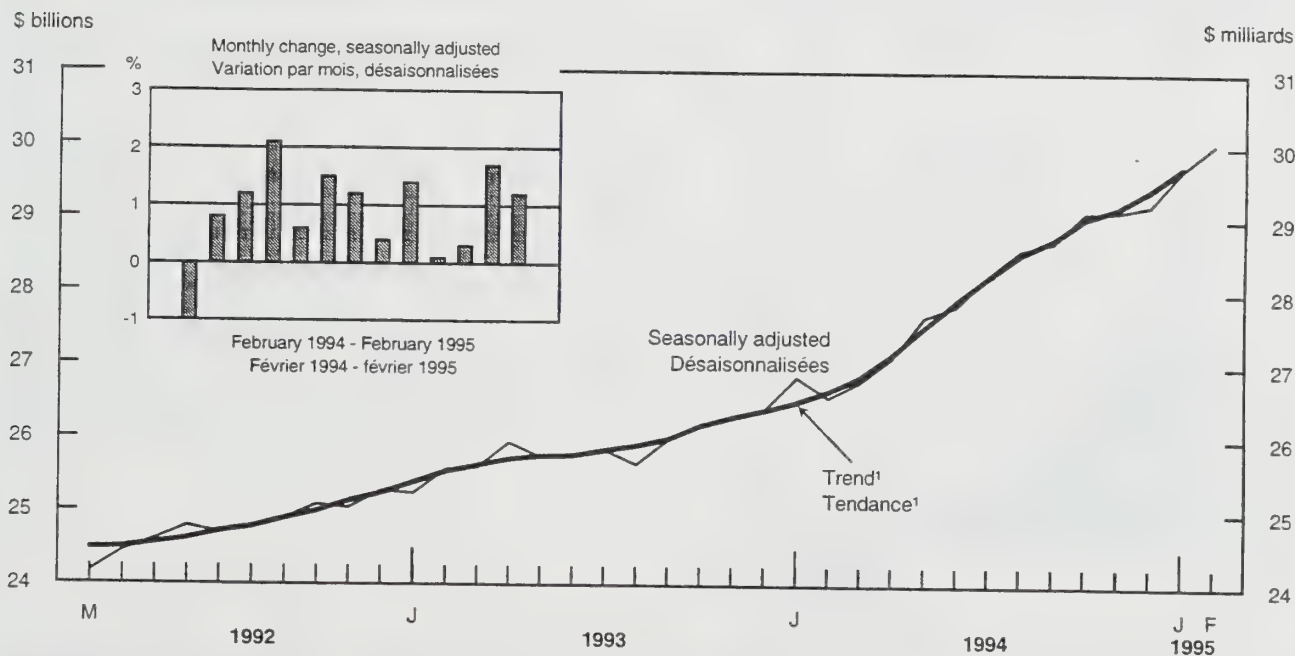


Chart 2

Graphique 2

## Wholesale Merchants' Inventories

## Stocks des marchands de gros

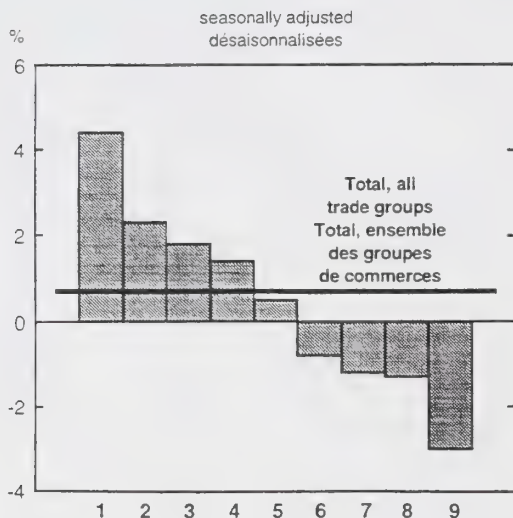


<sup>1</sup> The short-term trend represents a weighted average of data.

<sup>1</sup> La tendance à court terme représente une moyenne pondérée des données.

Chart 3

**Wholesale Merchants' Sales by Trade Group, February 1995**  
 Percentage change, previous month



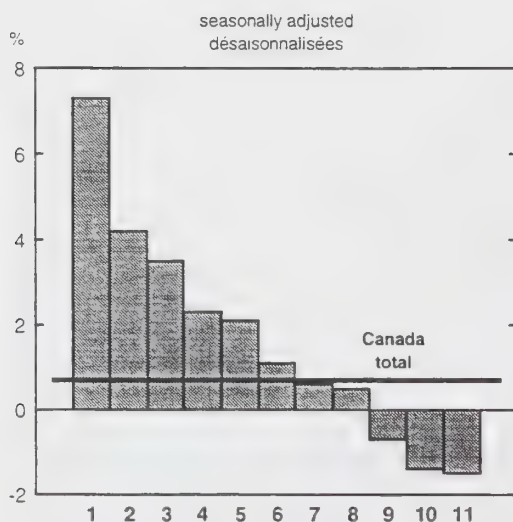
Graphique 3

**Ventes des marchands de gros par groupe de commerce, février 1995**  
 Variation en pourcentage par rapport au mois précédent

Farm machinery, equipment and supplies	1	Machines, matériel et fournitures agricoles
Motor vehicles, parts and accessories	2	Véhicules automobiles, pièces et accessoires
Food, beverage, drug and tobacco products	3	Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac
Other machinery, equipment and supplies	4	Autres machines, matériel et fournitures
Other products	5	Autres produits
Apparel and dry goods	6	Vêtements et articles de mercerie
Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	7	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage
Household goods	8	Articles ménagers
Lumber and building materials	9	Bois et matériaux de construction

Chart 4

**Wholesale Merchants' Sales by Province, February 1995**  
 Percentage change, previous month



Graphique 4

**Ventes des marchands de gros par province, février 1995**  
 Variation en pourcentage par rapport au mois précédent

Newfoundland	1	Terre-Neuve
Yukon & Northwest Territories	2	Yukon & Territoire du Nord-Ouest
Saskatchewan	3	Saskatchewan
Manitoba	4	Manitoba
Quebec	5	Québec
New Brunswick	6	Nouveau-Brunswick
Nova Scotia	7	Nouvelle-Écosse
Ontario	8	Ontario
British Columbia	9	Colombie-Britannique
Alberta	10	Alberta
Prince Edward Island	11	Île-du-Prince-Édouard



## Highlights

In February, inventory totalled just over \$30 billion, a 1.2% increase over January, when a significant rise (+1.7%) was also recorded. Inventory increased for all trade groups except for apparel and dry goods.

The largest buildup in inventory occurred in motor vehicles, parts and accessories, (+3.1% in February and +4.9% in January). Higher interest rates that are dampening consumer spending and the rail strike that was looming in February may have contributed to such a rise. The second largest increase occurred in metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies (+\$106 million or +3.8%). Anticipation of higher home improvement expenditures and stronger demand for certain types of metals may explain such strong growth in inventory.

### Sales rose slightly in February

Five of the nine trade groups (accounting for about 78% of all sales) contributed to February's increased sales. Consumer-related sales were higher for food, beverage, drug and tobacco products and for motor vehicles, parts and accessories. Smaller increases were recorded in three other trade groups, mostly related to industrial and export markets.

### Consumer-related sales partly recovered

Wholesalers of food, beverage, drug and tobacco products, who sold an additional \$83 million in February, posted the largest rise (+1.8%). This gain, however, only partly recovered from January's losses (-\$149 million or -3.1%). Short supplies (mostly due to weather damage to some crops in the United States) and higher producer prices are the main factors affecting sales in the first part of 1995. Although a number of food distributors reduced profit margins to keep prices down, prices still remained unusually high for the time of year.

## Fait Saillants

En février, le niveau des inventaires dépasse le seuil des 30 milliards\$, soit une hausse de 1,2% comparativement à la hausse de 1,7% enregistrée en janvier. Les stocks augmentent pour tous les groupes de commerce sauf pour le groupe des vêtements et articles de mercerie.

L'accroissement le plus important a été rapporté par les grossistes de véhicules automobiles, pièces et accessoires, en hausse de 3,1% et 4,9% pour février et janvier respectivement. Des taux d'intérêt élevés qui freinent les dépenses des consommateurs et une probable grève du rail ont possiblement contribué à cette hausse. La deuxième plus importante hausse est signalée par les grossistes de métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage (en hausse de 106 millions\$ ou 3,8%). Des dépenses anticipées plus élevées, liées au secteur de la rénovation et une demande plus forte pour certains types de métaux peuvent en partie expliquer cet accroissement.

### Faible hausse des ventes en février

Cinq des neuf groupes de commerce (représentant environ 78% des ventes totales) ont contribué à la hausse des ventes en février. Parmi les ventes destinées aux consommateurs, ce sont les ventes de produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac ainsi que les ventes de véhicules automobiles, pièces et accessoires qui ont été les plus élevées. Les trois autres groupes de commerce, liés de plus près au secteur industriel et à l'exportation, ont enregistré des hausses plus faibles.

### Les ventes de biens destinés aux consommateurs récupèrent partiellement

Les grossistes de produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac, qui ont accru leurs ventes de 83 millions\$ en février, affichent la hausse la plus importante (+1,8%). Cependant, ce gain n'a que partiellement compensé pour la baisse survenue en janvier alors que les ventes avaient diminué de 149 millions\$ (-3,1%). Des pénuries de certains produits (surtout attribuables aux mauvaises conditions climatiques aux États-Unis qui ont endommagé des récoltes) ainsi que des prix plus élevés demandés par les producteurs constituent les principaux facteurs qui ont influencé les ventes depuis le début de l'année. Même si plusieurs grossistes de produits alimentaires ont réduit leurs marges bénéficiaires dans l'espoir de maintenir les prix à un niveau raisonnable, ceux-ci demeurent très élevés pour cette période de l'année.

Sales of motor vehicles, parts and accessories increased in February (+2.3%). However, this increase did not offset the sharp decline in January (-7.3%), which reflected mostly the impact of higher prices and higher interest rates.

#### **Improved inventory management: a success for wholesalers**

Over the last decade, wholesalers lowered their inventories-to-sales ratio as much as possible. These ratios have continuously decreased since the 1981-82 recession, when wholesalers were severely hit. They rationalized and centralized their storage facilities during this period.

These changes were possible because of improved transportation and communication systems--especially extensive use of computerized inventory control systems in recent years. Better control of inventory has allowed wholesalers to adopt "just in time" order and deliveries policies, thus reducing their need to keep large amounts of inventory.

Because inventory represents a significant proportion of their assets, these changes likely had a positive impact on profitability.

At the end of February, the inventory-to-sales ratio remained unchanged from January at 1.44.

Les ventes de véhicules automobiles, pièces et accessoires ce sont accrues en février (+2,3%). Cependant, cette hausse ne compense pas pour le déclin prononcé des ventes survenu en janvier (-7,3%), ce qui reflète l'effet des hausses de prix et les hausses de taux d'intérêt.

#### **Meilleur contrôle des stocks - un succès pour les grossistes**

Durant la dernière décennie, les grossistes ont diminué le plus possible leur ratio stocks/ventes. Ce ratio a progressivement diminué depuis la récession de 1981-82 alors que les grossistes avaient été durement touchés. Les grossistes ont rationalisé et centralisé leurs installations d'entreposage durant cette période.

Ces changements ont été rendus possibles grâce au développement des systèmes de transport et de communication et surtout à l'utilisation accrue de l'ordinateur pour la gestion des stocks au cours des dernières années. Un meilleur contrôle des stocks a permis aux grossistes d'adopter des politiques de commande et de livraison juste à temps et de maintenir les stocks au minimum.

Parce que les stocks constituent une part significative de leurs actifs, on peut supposer que ces changements ont probablement eu un impact positif sur la rentabilité des grossistes.

Le ratio stocks/ventes à la fin de février restait inchangé par rapport à janvier à 1,44.

**FOR FURTHER READING**  
Selected Publications  
from Statistics Canada

**LECTURES SUGGÉRÉES**  
Choisies parmi les publications  
de Statistique Canada

Title	Titre	Catalogue
<b>Wholesale Trade Statistics, Wholesale Merchants and Agents and Brokers, Annual</b>	<b>Statistiques sur le commerce de gros, marchands de gros, agents et courtiers, Annuel</b>	63-226
<b>Market Research Handbook, Annual</b>	<b>Recueil statistique des études de marché, Annuel</b>	63-224
<b>Origin and Destination of goods of Merchandising Establishments, Occasional</b>	<b>Origine et destination des produits des établissements de commerce, Hors série</b>	63-540

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.





**Statistical Tables**

**Tableaux statistiques**

TABLE 1. Wholesale Merchants Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region

No.		Sales Ventes				Year-to-date 1995 Cumulatif	Change from previous month Variation du mois précédent	
		February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre		February 1995 Février	January 1995 Janvier
	<b>Trade Group - Canada</b>	<b>\$ millions</b>						
1	Food, beverage, drug and tobacco products	4,739	4,656	4,805	4,645	9,395	1.8	-3.1
2	Apparel and dry goods	462	466	487	471	929	-0.8	-4.3
3	Household goods	643	652	656	688	1,295	-1.3	-0.6
4	Motor vehicles, parts and accessories	2,396	2,342	2,526	2,402	4,738	2.3	-7.3
5	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1,599	1,619	1,608	1,630	3,218	-1.2	0.7
6	Lumber and building materials	1,944	2,005	1,914	1,818	3,948	-3.0	4.7
7	Farm machinery, equipment and supplies	526	504	495	486	1,030	4.4	1.7
8	Other machinery, equipment and supplies	4,940	4,872	4,746	4,693	9,812	1.4	2.7
9	Other products	3,560	3,543	3,393	3,373	7,103	0.5	4.4
10	<b>Total, all trades</b>	<b>20,809</b>	<b>20,660</b>	<b>20,630</b>	<b>20,206</b>	<b>41,469</b>	<b>0.7</b>	<b>0.1</b>
	<b>Regions</b>							
11	Newfoundland	177	165	183	180	342	7.3	-9.7
12	Prince Edward Island	42	43	45	46	86	-1.5	-5.1
13	Nova Scotia	425	423	467	427	848	0.6	-9.4
14	New Brunswick	284	280	293	284	564	1.1	-4.3
15	Quebec	4,755	4,658	4,790	4,500	9,412	2.1	-2.8
16	Ontario	8,903	8,863	8,804	8,709	17,766	0.5	0.7
17	Manitoba	697	682	660	671	1,379	2.3	3.2
18	Saskatchewan	746	720	666	641	1,466	3.5	8.2
19	Alberta	1,958	1,986	1,933	1,960	3,945	-1.4	2.8
20	British Columbia	2,800	2,818	2,765	2,765	5,618	-0.7	1.9
21	Yukon and Northwest Territories	22	21	25	22	44	4.2	-13.5



**TABEAU 1. Ventes des marchands de gros, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région**

Change from previous month Variation du mois précédent		Change from previous year Variation de l'année précédente						
December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	Year-to-date 1995 Cumulatif		
per cent-pourcentage							N°	
							Groupe de commerce - Canada	
3.4	0.1	3.9	0.7	2.4	0.8	2.3	Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac	1
3.5	2.4	9.6	6.8	11.9	2.9	8.1	Vêtements et articles de mercerie	2
-4.7	6.3	13.7	16.8	14.8	18.0	15.2	Articles ménagers	3
5.2	5.0	17.9	15.6	25.0	21.4	16.8	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	4
-1.3	3.1	21.4	26.8	26.3	30.0	24.0	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	5
5.3	0.7	17.1	17.9	6.6	7.6	17.5	Bois et matériaux de construction	6
1.9	6.8	22.5	14.5	-3.1	12.7	18.4	Machines, matériel et fournitures agricoles	7
1.1	0.8	17.9	17.9	12.7	14.4	17.9	Autres machines, matériel et fournitures	8
0.6	2.2	25.8	26.3	20.0	19.8	26.0	Produits divers	9
2.1	1.9	15.6	14.8	12.5	12.8	15.2	Total, ensemble des commerces	10
							Régions	
1.5	1.9	2.5	-9.0	1.9	3.9	-3.4	Terre-Neuve	11
-1.6	0.4	-2.0	-1.5	11.4	23.9	-1.7	Île-du-Prince-Édouard	12
9.3	1.1	8.8	2.9	7.8	13.9	5.7	Nouvelle-Écosse	13
3.3	5.9	22.4	14.5	23.3	21.5	18.3	Nouveau-Brunswick	14
6.4	2.3	12.5	10.5	13.9	6.1	11.5	Québec	15
1.1	1.8	18.9	19.1	15.0	17.2	19.0	Ontario	16
-1.6	1.3	17.2	14.4	5.2	13.7	15.8	Manitoba	17
3.8	6.5	34.4	31.0	9.7	18.2	32.7	Saskatchewan	18
-1.4	0.7	11.8	12.7	7.0	13.3	12.2	Alberta	19
- -	1.2	10.5	11.3	9.7	8.8	10.9	Colombie-Britannique	20
13.3	6.6	5.0	1.8	11.7	-6.5	3.4	Yukon et Territoires du Nord-Ouest	21

**TABLE 2. Wholesale Merchants Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region**

No.		Sales Ventes				
		February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	Year-to-date 1995 Cumulatif
	<b>Trade Group - Canada</b>	<b>\$ millions</b>				
1	Food, beverage, drug and tobacco products	4,169	4,257	5,013	4,806	8,426
2	Apparel and dry goods	502	404	301	437	906
3	Household goods	500	512	638	897	1,012
4	Motor vehicles, parts and accessories	2,023	1,957	2,131	2,562	3,980
5	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1,406	1,484	1,345	1,749	2,890
6	Lumber and building materials	1,411	1,455	1,449	1,792	2,866
7	Farm machinery, equipment and supplies	360	342	472	424	702
8	Other machinery, equipment and supplies	4,440	4,360	5,092	4,912	8,800
9	Other products	3,088	3,101	3,170	3,493	6,189
10	<b>Total, all trades</b>	<b>17,900</b>	<b>17,872</b>	<b>19,611</b>	<b>21,072</b>	<b>35,772</b>
	<b>Regions</b>					
11	Newfoundland	146	136	186	195	283
12	Prince Edward Island	35	36	45	43	71
13	Nova Scotia	353	359	464	410	712
14	New Brunswick	234	238	284	294	472
15	Quebec	4,078	3,914	4,385	4,806	7,992
16	Ontario	7,757	7,769	8,523	9,242	15,526
17	Manitoba	564	536	587	642	1,101
18	Saskatchewan	626	610	621	589	1,236
19	Alberta	1,676	1,789	1,855	2,050	3,465
20	British Columbia	2,412	2,466	2,638	2,779	4,878
21	Yukon and Northwest Territories	18	18	23	21	36

**TABEAU 2. Ventes des marchands de gros, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région**

Change from previous year Variation de l'année précédente						
February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	Year-to-date 1995 Cumulatif		N°
per cent-pourcentage					Groupe de commerce - Canada	
4.0	1.7	2.9	1.5	2.8	Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac	1
7.4	10.7	15.2	4.2	8.8	Vêtements et articles de mercerie	2
9.2	16.2	14.8	17.5	12.6	Articles ménagers	3
16.6	16.5	25.7	25.6	16.6	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	4
19.7	29.1	23.3	32.6	24.4	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	5
16.8	21.9	7.0	6.6	19.3	Bois et matériaux de construction	6
26.3	17.8	-2.0	19.5	22.0	Machines, matériel et fournitures agricoles	7
18.6	20.5	10.7	15.8	19.5	Autres machines, matériel et fournitures	8
26.9	31.1	14.8	20.5	29.0	Produits divers	9
15.4	16.9	11.0	14.2	16.1	Total, ensemble des commerces	10
					Régions	
2.9	-9.3	1.2	2.9	-3.3	Terre-Neuve	11
-5.3	-5.3	5.5	21.2	-5.3	Île-du-Prince-Édouard	12
8.6	3.2	11.2	14.0	5.8	Nouvelle-Écosse	13
21.8	15.8	22.6	21.5	18.7	Nouveau-Brunswick	14
13.8	12.7	13.1	7.1	13.3	Québec	15
18.2	21.1	13.8	19.5	19.6	Ontario	16
20.2	12.1	0.7	12.7	16.1	Manitoba	17
42.4	38.7	5.9	13.3	40.6	Saskatchewan	18
11.2	17.0	3.9	17.4	14.1	Alberta	19
7.9	12.4	7.4	8.9	10.1	Colombie-Britannique	20
2.8	2.9	16.6	-3.7	2.8	Yukon et Territoires du Nord-Ouest	21



**TABLE 3. Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Sales**

No.	Response fraction Fraction de réponse			
	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre
<b>Trade Group - Canada</b>	<b>per cent-pourcentage</b>			
1 Food, beverage, drug and tobacco products	88.5	89.8	93.5	91.1
2 Apparel and dry goods	87.4	88.3	90.3	89.4
3 Household goods	92.4	95.0	95.8	95.8
4 Motor vehicles, parts and accessories	87.0	89.5	92.4	92.4
5 Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	83.7	93.1	90.7	87.9
6 Lumber and building materials	87.9	88.6	90.3	92.4
7 Farm machinery, equipment and supplies	78.9	78.8	92.0	90.0
8 Other machinery, equipment and supplies	84.5	78.6	89.4	85.8
9 Other products	89.3	89.9	90.3	91.1
10 Total, all trades	86.9	87.1	91.4	90.0
<b>Regions</b>				
11 Newfoundland	91.1	91.3	92.9	91.4
12 Prince Edward Island	88.6	88.1	86.8	87.1
13 Nova Scotia	82.5	86.0	90.1	89.7
14 New Brunswick	80.0	81.4	87.1	85.9
15 Quebec	91.0	88.6	94.0	93.7
16 Ontario	84.4	84.9	89.9	88.7
17 Manitoba	89.5	91.0	94.5	92.7
18 Saskatchewan	88.0	84.9	90.4	85.9
19 Alberta	85.6	89.2	92.9	88.3
20 British Columbia	89.2	90.8	91.0	90.0
21 Yukon and Northwest Territories	79.3	82.1	71.7	69.4

**TABLEAU 3. Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des ventes**

Coefficient of variation Coefficient de variation				N°
February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	
per cent-pourcentage				
				Groupe de commerce - Canada
2.4	2.4	2.5	2.3	Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac 1
7.1	5.2	7.6	5.6	Vêtements et articles de mercerie 2
8.4	8.1	8.5	7.2	Articles ménagers 3
6.4	6.7	5.9	6.1	Véhicules automobiles, pièces et accessoires 4
5.6	6.0	6.6	5.5	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage 5
5.1	4.1	4.4	5.0	Bois et matériaux de construction 6
4.1	4.4	4.8	4.7	Machines, matériel et fournitures agricoles 7
2.8	2.8	3.3	2.9	Autres machines, matériel et fournitures 8
3.7	3.4	3.8	3.6	Produits divers 9
1.5	1.5	1.5	1.5	Total, ensemble des commerces 10
				Régions
5.1	4.9	4.6	3.6	Terre-Neuve 11
3.5	3.3	4.2	3.7	Île-du-Prince-Édouard 12
4.4	4.4	4.1	3.1	Nouvelle-Écosse 13
5.8	6.2	5.9	5.6	Nouveau-Brunswick 14
3.5	3.0	3.1	2.8	Québec 15
2.5	2.6	2.6	2.6	Ontario 16
3.1	3.0	3.7	3.2	Manitoba 17
2.6	3.4	3.9	4.0	Saskatchewan 18
3.3	3.6	3.2	3.1	Alberta 19
3.9	3.8	4.5	4.2	Colombie-Britannique 20
1.4	2.2	4.5	3.2	Yukon et Territoires du Nord-Ouest 21

**TABLE 4. Wholesale Merchants Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region, Historical**

		Sales						
		February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	September 1994 Septembre	August 1994 Août
No.								
Trade Group - Canada		\$ millions						
1	Food, beverage, drug and tobacco products	4,739	4,656	4,805	4,645	4,642	4,616	4,688
2	Apparel and dry goods	462	466	487	471	459	458	468
3	Household goods	643	652	656	688	647	615	642
4	Motor vehicles, parts and accessories	2,396	2,342	2,526	2,402	2,287	2,283	2,264
5	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1,599	1,619	1,608	1,630	1,581	1,573	1,563
6	Lumber and building materials	1,944	2,005	1,914	1,818	1,805	1,776	1,790
7	Farm machinery, equipment and supplies	526	504	495	486	455	474	459
8	Other machinery, equipment and supplies	4,940	4,872	4,746	4,693	4,654	4,612	4,551
9	Other products	3,560	3,543	3,393	3,373	3,302	3,265	3,204
10	Total, all trades	20,809	20,660	20,630	20,206	19,832	19,672	19,631
Regions								
11	Newfoundland	177	165	183	180	177	176	179
12	Prince Edward Island	42	43	45	46	46	47	47
13	Nova Scotia	425	423	467	427	422	412	415
14	New Brunswick	284	280	293	284	268	273	267
15	Quebec	4,755	4,658	4,790	4,500	4,401	4,340	4,374
16	Ontario	8,903	8,863	8,804	8,709	8,556	8,432	8,361
17	Manitoba	697	682	660	671	663	664	651
18	Saskatchewan	746	720	666	641	602	607	597
19	Alberta	1,958	1,986	1,933	1,960	1,945	1,920	1,888
20	British Columbia	2,800	2,818	2,765	2,765	2,733	2,782	2,830
21	Yukon and Northwest Territories	22	21	25	22	20	20	22



**TABEAU 4. Ventes des marchands de gros, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région, historique**

Ventes							N°
July 1994 Juillet	June 1994 Juin	May 1994 Mai	April 1994 Avril	March 1994 Mars	February 1994 Février		
\$ millions						Groupe de commerce - Canada	
4,695	4,640	4,583	4,550	4,624	4,562	Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac	1
479	510	468	457	419	422	Vêtements et articles de mercerie	2
608	619	611	595	588	566	Articles ménagers	3
2,179	2,158	2,143	2,114	2,085	2,032	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	4
1,503	1,471	1,447	1,394	1,366	1,317	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	5
1,749	1,728	1,719	1,718	1,673	1,660	Bois et matériaux de construction	6
452	423	418	412	421	430	Machines, matériel et fournitures agricoles	7
4,538	4,461	4,474	4,367	4,354	4,188	Autres machines, matériel et fournitures	8
3,156	3,203	3,093	3,039	2,943	2,830	Produits divers	9
19,358	19,212	18,957	18,645	18,473	18,008	Total, ensemble des commerces	10
						Régions	
191	185	187	187	187	173	Terre-Neuve	11
48	46	47	48	46	43	Île-du-Prince-Édouard	12
410	406	402	401	410	391	Nouvelle-Écosse	13
264	277	258	257	247	232	Nouveau-Brunswick	14
4,378	4,363	4,380	4,293	4,253	4,226	Québec	15
8,155	8,027	7,929	7,737	7,653	7,488	Ontario	16
629	642	611	618	629	595	Manitoba	17
576	607	577	593	592	555	Saskatchewan	18
1,860	1,820	1,801	1,789	1,791	1,752	Alberta	19
2,822	2,816	2,747	2,702	2,644	2,533	Colombie-Britannique	20
25	22	19	21	21	21	Yukon et Territoires du Nord-Ouest	21

**TABLE 5. Wholesale Merchants Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region, Historical**

No.		Sales						
		February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	September 1994 Septembre	August 1994 Août
	<b>Trade Group - Canada</b>	<b>\$ millions</b>						
1	Food, beverage, drug and tobacco products	4,169	4,257	5,013	4,806	4,700	4,780	4,884
2	Apparel and dry goods	502	404	301	437	499	572	630
3	Household goods	500	512	638	897	785	737	682
4	Motor vehicles, parts and accessories	2,023	1,957	2,131	2,562	2,433	2,408	2,262
5	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1,406	1,484	1,345	1,749	1,654	1,691	1,674
6	Lumber and building materials	1,411	1,455	1,449	1,792	1,907	2,012	2,080
7	Farm machinery, equipment and supplies	360	342	472	424	491	486	534
8	Other machinery, equipment and supplies	4,440	4,360	5,092	4,912	4,515	4,834	4,418
9	Other products	3,088	3,101	3,170	3,493	3,411	3,314	3,090
10	<b>Total, all trades</b>	<b>17,900</b>	<b>17,872</b>	<b>19,611</b>	<b>21,072</b>	<b>20,396</b>	<b>20,833</b>	<b>20,254</b>
	<b>Regions</b>							
11	Newfoundland	146	136	186	195	195	196	196
12	Prince Edward Island	35	36	45	43	45	48	49
13	Nova Scotia	353	359	464	410	416	435	430
14	New Brunswick	234	238	284	294	276	294	290
15	Quebec	4,078	3,914	4,385	4,806	4,653	4,779	4,667
16	Ontario	7,757	7,769	8,523	9,242	8,788	8,842	8,470
17	Manitoba	564	536	587	642	675	698	671
18	Saskatchewan	626	610	621	589	612	658	650
19	Alberta	1,676	1,789	1,855	2,050	1,963	1,976	1,925
20	British Columbia	2,412	2,466	2,638	2,779	2,751	2,883	2,884
21	Yukon and Northwest Territories	18	18	23	21	21	23	24

**TABEAU 5. Ventes des marchands de gros, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région, historique**

Ventes							N°
July 1994 Juillet	June 1994 Juin	May 1994 Mai	April 1994 Avril	March 1994 Mars	February 1994 Février	Year 1995 Année	
\$ millions							
							<b>Groupe de commerce - Canada</b>
4,761	4,885	4,700	4,403	4,576	4,009	8,426	Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac 1
510	416	380	407	522	468	906	Vêtements et articles de mercerie 2
550	581	556	548	585	458	1,012	Articles ménagers 3
1,983	2,327	2,332	2,261	2,450	1,735	3,980	Véhicules automobiles, pièces et accessoires 4
1,464	1,599	1,523	1,364	1,394	1,174	2,890	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage 5
1,969	2,134	2,049	1,731	1,565	1,209	2,866	Bois et matériaux de construction 6
468	521	508	470	408	285	702	Machines, matériel et fournitures agricoles 7
4,176	4,827	4,337	4,140	5,050	3,744	8,800	Autres machines, matériel et fournitures 8
2,934	3,624	3,608	3,108	3,037	2,433	6,189	Produits divers 9
18,815	20,914	19,993	18,434	19,589	15,514	35,772	Total, ensemble des commerces 10
							<b>Régions</b>
208	197	186	164	167	142	283	Terre-Neuve 11
56	57	53	44	41	37	71	Île-du-Prince-Édouard 12
454	473	445	383	400	325	712	Nouvelle-Écosse 13
280	304	272	246	235	192	472	Nouveau-Brunswick 14
4,229	4,690	4,662	4,102	4,393	3,583	7,992	Québec 15
7,640	8,642	8,209	7,731	8,385	6,565	15,526	Ontario 16
673	790	714	619	620	470	1,101	Manitoba 17
590	729	668	578	550	440	1,236	Saskatchewan 18
1,824	1,997	1,941	1,787	1,860	1,508	3,465	Alberta 19
2,834	3,009	2,825	2,762	2,916	2,236	4,878	Colombie-Britannique 20
28	25	19	18	22	18	36	Yukon et Territoires du Nord-Ouest 21



**TABLE 6. Wholesale Merchants Inventories, Seasonally Adjusted, by Trade Group**

No.		Inventories Stocks				Change from previous month  Variation du mois précédent	
		February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	February 1995 Février	January 1995 Janvier
	<b>Trade Group - Canada</b>	<b>\$ millions</b>					
1	Food, beverage, drug and tobacco products	3,735	3,729	3,756	3,711	0.2	-0.7
2	Apparel and dry goods	1,015	1,054	1,067	1,034	-3.7	-1.3
3	Household goods	1,497	1,481	1,447	1,424	1.1	2.3
4	Motor vehicles, parts and accessories	4,020	3,900	3,718	3,793	3.1	4.9
5	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	2,862	2,756	2,659	2,601	3.8	3.7
6	Lumber and building materials	3,126	3,087	2,964	2,979	1.3	4.2
7	Farm machinery, equipment and supplies	1,592	1,588	1,574	1,659	0.3	0.9
8	Other machinery, equipment and supplies	8,087	8,022	7,988	7,924	0.8	0.4
9	Other products	4,112	4,079	4,032	3,994	0.8	1.2
10	<b>Total, all trades</b>	<b>30,046</b>	<b>29,695</b>	<b>29,204</b>	<b>29,120</b>	<b>1.2</b>	<b>1.7</b>

**TABLE 7. Wholesale Merchants Inventories, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group**

No.		Inventories Stocks			
		February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre
	<b>Trade Group - Canada</b>	<b>\$ millions</b>			
1	Food, beverage, drug and tobacco products	3,583	3,641	3,788	3,750
2	Apparel and dry goods	1,024	1,061	1,017	934
3	Household goods	1,443	1,420	1,394	1,419
4	Motor vehicles, parts and accessories	4,245	3,836	3,535	3,501
5	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	2,839	2,709	2,560	2,502
6	Lumber and building materials	3,205	3,040	2,768	2,736
7	Farm machinery, equipment and supplies	1,598	1,540	1,526	1,572
8	Other machinery, equipment and supplies	8,000	7,806	7,772	7,773
9	Other products	4,211	4,086	3,985	3,979
10	<b>Total, all trades</b>	<b>30,148</b>	<b>29,140</b>	<b>28,345</b>	<b>28,167</b>

**TABEAU 6. Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce**

Change from previous month Variation du mois précédent		Change from previous year Variation de l'année précédente					N°
December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre		
per cent-pourcentage						Groupe de commerce - Canada	
1.2	-0.3	15.6	11.8	13.7	11.9	Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac	1
3.2	-4.9	-4.8	-0.8	0.5	-2.1	Vêtements et articles de mercerie	2
1.6	3.6	16.7	14.0	14.1	11.2	Articles ménagers	3
-2.0	0.5	15.4	11.1	9.8	7.1	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	4
2.2	1.3	14.5	11.8	9.3	9.0	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	5
-0.5	1.8	9.3	6.2	3.0	7.5	Bois et matériaux de construction	6
-5.1	0.1	23.6	25.5	25.0	33.3	Machines, matériel et fournitures agricoles	7
0.8	-1.9	11.0	8.0	9.5	10.3	Autres machines, matériel et fournitures	8
0.9	2.0	15.2	14.3	14.4	13.9	Produits divers	9
0.3	0.1	13.1	10.6	10.6	10.7	Total, ensemble des commerces	10

**TABEAU 7. Stocks des marchands de gros, non-désaisonnalisés, selon le groupe de commerce**

Change from previous year Variation de l'année précédente					N°
February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre		
per cent-pourcentage				Groupe de commerce - Canada	
14.2	11.4	13.9	11.8	Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac	1
-5.8	-0.4	1.4	-2.2	Vêtements et articles de mercerie	2
18.2	15.6	14.0	12.9	Articles ménagers	3
16.6	10.0	8.4	5.7	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	4
16.3	12.1	8.2	7.5	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	5
10.4	7.5	2.5	7.6	Bois et matériaux de construction	6
21.8	23.5	24.7	36.9	Machines, matériel et fournitures agricoles	7
10.6	7.3	9.0	9.8	Autres machines, matériel et fournitures	8
15.4	14.5	13.8	14.2	Produits divers	9
13.2	10.4	10.2	10.6	Total, ensemble des commerces	10

**TABLE 8. Wholesale Merchants Inventories, Seasonally Adjusted, by Trade Group, Historical**

No.	Inventories						
	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	September 1994 Septembre	August 1994 Août
<b>Trade Group - Canada</b>	<b>\$ millions</b>						
1 Food, beverage, drug and tobacco products	3,735	3,729	3,756	3,711	3,722	3,717	3,654
2 Apparel and dry goods	1,015	1,054	1,067	1,034	1,088	1,090	1,124
3 Household goods <sup>1</sup>	1,497	1,481	1,447	1,424	1,374	1,312	1,290
4 Motor vehicles, parts and accessories	4,020	3,900	3,718	3,793	3,774	3,677	3,675
5 Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	2,862	2,756	2,659	2,601	2,567	2,562	2,548
6 Lumber and building materials	3,126	3,087	2,964	2,979	2,926	2,885	2,898
7 Farm machinery, equipment and supplies	1,592	1,588	1,574	1,659	1,657	1,616	1,571
8 Other machinery, equipment and supplies	8,087	8,022	7,988	7,924	8,081	7,995	7,997
9 Other products	4,112	4,079	4,032	3,994	3,915	3,836	3,829
10 Total, all trades	30,046	29,695	29,204	29,120	29,103	28,691	28,588

**TABLE 9. Wholesale Merchants Inventories, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group, Historical**

No.	Inventories						
	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	September 1994 Septembre	August 1994 Août
<b>Trade Group - Canada</b>	<b>\$ millions</b>						
1 Food, beverage, drug and tobacco products	3,583	3,641	3,788	3,750	3,817	3,795	3,694
2 Apparel and dry goods	1,024	1,061	1,017	934	1,009	1,101	1,179
3 Household goods	1,443	1,420	1,394	1,419	1,439	1,353	1,338
4 Motor vehicles, parts and accessories	4,245	3,836	3,535	3,501	3,654	3,647	3,608
5 Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	2,839	2,709	2,560	2,502	2,493	2,556	2,569
6 Lumber and building materials	3,205	3,040	2,768	2,736	2,737	2,764	2,812
7 Farm machinery, equipment and supplies	1,598	1,540	1,526	1,572	1,606	1,568	1,562
8 Other machinery, equipment and supplies	8,000	7,806	7,772	7,773	8,082	7,946	8,047
9 Other products	4,211	4,086	3,985	3,979	3,902	3,764	3,714
10 Total, all trades	30,148	29,140	28,345	28,167	28,739	28,495	28,524

<sup>1</sup> Prior to October 1993 the household goods trade group was not adjusted for seasonality. Thus the figures prior to October 1993 appearing in this table reflect the unadjusted data.



**TABEAU 8. Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce, historique**

Stocks						N°
July 1994 Juillet	June 1994 Juin	May 1994 Mai	April 1994 Avril	March 1994 Mars	February 1994 Février	
\$ millions						Groupe de commerce - Canada
3,588	3,520	3,412	3,411	3,344	3,231	Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac 1
1,086	1,044	1,081	1,061	1,046	1,066	Vêtements et articles de mercerie 2
1,286	1,270	1,245	1,264	1,271	1,283	Articles ménagers <sup>1</sup> 3
3,706	3,626	3,575	3,597	3,518	3,484	Véhicules automobiles, pièces et accessoires 4
2,536	2,533	2,497	2,525	2,534	2,498	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage 5
2,895	2,833	2,887	2,834	2,838	2,861	Bois et matériaux de construction 6
1,522	1,476	1,404	1,362	1,314	1,289	Machines, matériel et fournitures agricoles 7
7,818	7,693	7,693	7,318	7,338	7,288	Autres machines, matériel et fournitures 8
3,813	3,828	3,871	3,735	3,575	3,568	Produits divers 9
28,249	27,823	27,665	27,108	26,778	26,568	Total, ensemble des commerces 10

**TABEAU 9. Stocks des marchands de gros, non-désaisonnalisés, selon le groupe de commerce, historique**

Stocks						N°
July 1994 Juillet	June 1994 Juin	May 1994 Mai	April 1994 Avril	March 1994 Mars	February 1994 Février	
\$ millions						Groupe de commerce - Canada
3,656	3,546	3,438	3,397	3,185	3,138	Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac 1
1,191	1,113	1,096	1,043	1,041	1,087	Vêtements et articles de mercerie 2
1,328	1,290	1,249	1,242	1,229	1,221	Articles ménagers 3
3,669	3,648	3,740	3,772	3,657	3,642	Véhicules automobiles, pièces et accessoires 4
2,567	2,554	2,589	2,623	2,561	2,440	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage 5
2,900	2,947	3,134	3,098	3,055	2,902	Bois et matériaux de construction 6
1,558	1,529	1,471	1,431	1,359	1,312	Machines, matériel et fournitures agricoles 7
8,031	7,754	7,844	7,439	7,337	7,236	Autres machines, matériel et fournitures 8
3,680	3,748	3,945	3,878	3,683	3,649	Produits divers 9
28,581	28,129	28,506	27,924	27,107	26,627	Total, ensemble des commerces 10

<sup>1</sup> Avant octobre 1993, le groupe de commerce des articles ménagers n'était pas ajusté pour les variations saisonnières. Donc, pour la période avant octobre 1993, les chiffres qui apparaissent dans ce tableau représentent des données non-ajustées.

**TABLE 10. Wholesale Merchants, Inventories/Sales Ratio Seasonally Adjusted, by Trade Group**

No.		Inventories/sales ratio Rapport stocks/ventes			
		February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre
	Trade Group - Canada				
1	Food, beverage, drug and tobacco products	0.79	0.80	0.78	0.80
2	Apparel and dry goods	2.20	2.26	2.19	2.20
3	Household goods	2.33	2.27	2.21	2.07
4	Motor vehicles, parts and accessories	1.68	1.67	1.47	1.58
5	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1.79	1.70	1.65	1.60
6	Lumber and building materials	1.61	1.54	1.55	1.64
7	Farm machinery, equipment and supplies	3.03	3.15	3.18	3.42
8	Other machinery, equipment and supplies	1.64	1.65	1.68	1.69
9	Other products	1.16	1.15	1.19	1.18
10	Total, all trades	1.44	1.44	1.42	1.44

**TABLE 11. Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Inventories**

No.		Response fraction Fraction de réponse			
		February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre
	Trade Group - Canada				
1	Food, beverage, drug and tobacco products	80.6	83.1	88.7	85.9
2	Apparel and dry goods	61.6	61.8	62.1	59.0
3	Household goods	82.5	79.3	79.2	83.7
4	Motor vehicles, parts and accessories	83.2	84.0	84.8	85.7
5	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	77.7	80.2	84.6	86.8
6	Lumber and building materials	69.4	71.8	73.7	69.7
7	Farm machinery, equipment and supplies	73.4	72.2	78.9	76.4
8	Other machinery, equipment and supplies	75.0	77.9	79.8	76.0
9	Other products	70.3	70.1	73.6	73.7
10	Total, all trades	75.7	77.1	79.8	78.4

**TABEAU 10. Marchands de gros, rapport stocks/ventes désaisonnalisé, selon le groupe de commerce**

Inventories/sales ratio Rapport stocks/ventes				N°
February 1994 Février	January 1994 Janvier	December 1993 Décembre	November 1993 Novembre	
				Groupe de commerce - Canada
0.71	0.72	0.70	0.72	Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac 1
2.53	2.43	2.44	2.31	Vêtements et articles de mercerie 2
2.27	2.33	2.22	2.20	Articles ménagers 3
1.71	1.73	1.68	1.79	Véhicules automobiles, pièces et accessoires 4
1.90	1.93	1.91	1.90	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage 5
1.72	1.71	1.60	1.64	Bois et matériaux de construction 6
3.00	2.88	2.46	2.89	Machines, matériel et fournitures agricoles 7
1.74	1.80	1.73	1.75	Autres machines, matériel et fournitures 8
1.26	1.27	1.25	1.25	Produits divers 9
1.48	1.49	1.44	1.47	Total, ensemble des commerces 10

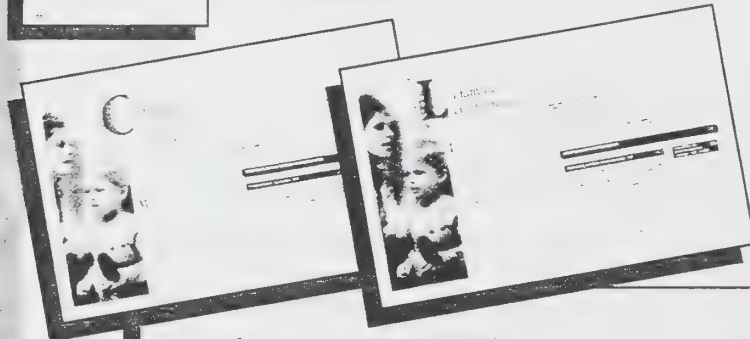
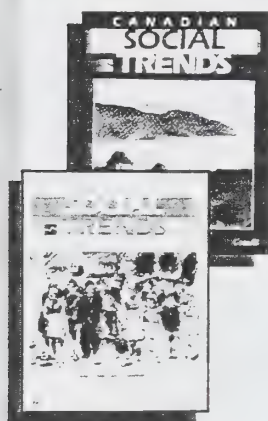
**TABEAU 11. Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des stocks**

Coefficient of variation Coefficient de variation				N°
February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	
				Groupe de commerce - Canada
3.3	3.1	3.2	3.2	Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac 1
6.7	6.1	9.2	8.9	Vêtements et articles de mercerie 2
8.6	8.1	7.9	7.4	Articles ménagers 3
7.9	8.0	8.1	8.3	Véhicules automobiles, pièces et accessoires 4
4.9	4.8	5.1	5.1	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage 5
6.3	6.1	6.1	6.4	Bois et matériaux de construction 6
5.7	5.5	5.9	5.5	Machines, matériel et fournitures agricoles 7
3.5	3.5	3.9	4.0	Autres machines, matériel et fournitures 8
5.8	5.9	8.7	6.1	Produits divers 9
2.0	1.9	2.2	2.0	Total, ensemble des commerces 10



*Don't let the changing world  
take you by surprise!*

*Ne soyez pas dépassé  
par les événements!*



An aging population. Lone-parent families. A diverse labour force. Do you know how today's social changes will affect your future ... your organization ... and your family?

Keep pace with the dramatic shifts in Canada's evolving social fabric with Statistic Canada's best-selling quarterly, *Canadian Social Trends*. With vast and varied reports on major changes in key social issues and trends, this periodical incorporates findings from over 50 national surveys.

Written by some of Canada's leading-edge social analysts, *Canadian Social Trends* combines painstaking research with dynamic prose on topics like ethnic diversity, low-income families, time-crunch stress, violent crime and much more — all in a colourful, easy-to-read, magazine format.

*A lasting record of changing times!*

Join the thousands of business and policy analysts, social-science professionals, and academics who trust *Canadian Social Trends* to demystify the causes and consequences of change in Canadian society. Don't miss a single issue — subscribe today.

*Canadian Social Trends* (catalogue number 11-0080XPE) is \$34 annually in Canada, US\$41 in the United States and US\$48 in other countries.

Le vieillissement de la population. Les familles monoparentales. La diversification de la population active. Savez-vous comment les changements sociaux d'aujourd'hui vont se répercuter sur votre avenir, votre organisation, votre famille?

Suivez l'évolution spectaculaire de la société canadienne grâce à *Tendances sociales canadiennes*, une publication trimestrielle de Statistique Canada. Avec des articles vastes et variés sur les principaux changements caractérisant les questions et les tendances sociales principales, cette publication intègre les résultats de plus de 50 enquêtes nationales.

Certains des analystes sociaux les plus reconnus du Canada rédigent des articles dans *Tendances sociales canadiennes*. Ils présentent les résultats de recherches minutieuses dans un style attrayant pour des sujets tels que la diversité ethnique, les familles à faible revenu, le stress dû au manque de temps, le crime et bien d'autres encore dans une revue haute en couleur et de lecture aisée.

*Un dossier permanent d'une époque en évolution!*

Des milliers d'analystes des entreprises et des politiques, de professionnels des sciences sociales et d'universitaires lisent *Tendances sociales canadiennes* pour identifier les causes et les conséquences de l'évolution de la société canadienne. Ne manquez pas un numéro, abonnez-vous dès aujourd'hui.

L'abonnement annuel à *Tendances sociales canadiennes* (n° 11-0080XPF au catalogue) coûte 34 \$ au Canada, 41 \$ US aux États-Unis et 48 \$ US dans les autres pays.

To order, write to Statistics Canada, Marketing Division, Sales and Service, 120 Parkdale Ave., Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

If more convenient, fax your order to 1-613-951-1584 or call toll-free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard.

Pour passer votre commande, écrivez à Statistique Canada, Division du marketing, Vente et service, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou adressez-vous au centre de services-conseils de Statistique Canada le plus proche de chez vous et dont la liste figure dans cette publication.

Vous pouvez aussi envoyer votre commande par télécopieur, au 1-613-951-1584, ou téléphoner sans frais au 1-800-267-6677 et donner votre numéro de carte VISA ou MasterCard.









## SERVICES INDICATORS

# For and About Businesses Serving the Business of Canada...

At last, current data and expert analysis on this VITAL sector in one publication!

The services sector now dominates the industrial economies of the world. Telecommunications, banking, advertising, computers, real estate, engineering and insurance represent an eclectic range of services on which all other economic sectors rely.

Despite their critical economic role, however, it has been hard to find out what's happening in these industries. Extensive and time-consuming efforts have, at best, provided a collection of diverse bits and pieces of information ... an incomplete basis for informed understanding and effective action.

Now, instead of this fragmented picture, **Services Indicators** brings you a cohesive whole. An innovative quarterly from Statistics Canada, this publication **breaks new ground**, providing timely updates on performance and developments in:

- Communications
- Finance, Insurance and Real Estate
- Business Services

**Services Indicators** brings together analytical tables, charts, graphs and commentary in a stimulating and inviting format. From a wide range of key financial indicators including profits, equity, revenues, assets and liabilities, to trends and analysis of employment, salaries and output – PLUS a probing feature article in every issue, **Services Indicators** gives you the complete picture **for the first time!**

Finally, anyone with a vested interest in the services economy can go to **Services Indicators** for **current** information on these industries ... both at-a-glance and in more detail than has ever been available before – all in one unique publication.

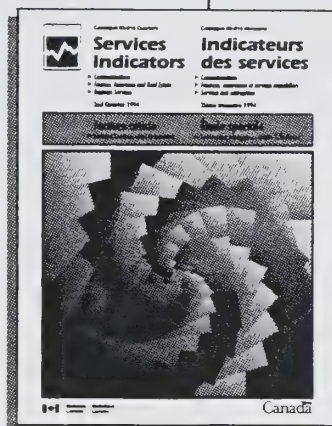
If **your** business is serving business in Canada, or if you are involved in financing, supplying, assessing or actually using these services, **Services Indicators** is a turning point – an opportunity to forge into the future armed with the most current insights and knowledge.

Order YOUR subscription to **Services Indicators** today!

**Services Indicators** (catalogue no. 63-0160XPB) is \$112 (plus 7% GST) in Canada, US\$135 in the United States and US\$157 in other countries.

To order, write to Statistics Canada, Marketing Division, Sales and Service, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication.

If more convenient, fax your order to 1-613-951-1584 or call 1-800-267-6677 toll-free in Canada and the United States (1-613-951-7277 elsewhere) and charge to your VISA or MasterCard.



## INDICATEURS DES SERVICES

# Au sujet des entreprises au service des affaires du Canada et à leur intention...

Enfin regroupées en une publication, des données courantes et des analyses éclairées sur ce secteur **ESSENTIEL!**

Le secteur des services domine à l'heure actuelle les économies industrielles du monde. Les télécommunications, les opérations bancaires, la publicité, l'informatique, l'immobilier, le génie et l'assurance représentent une gamme éclectique de services sur lesquels reposent tous les autres secteurs économiques.

En dépit de leur rôle critique sur le plan économique, il est toutefois difficile de savoir ce qui se passe dans ces branches d'activité. Des efforts considérables et fastidieux ont permis, au mieux, de rassembler une collection de renseignements fragmentaires divers... qui ne favorisent pas la compréhension avisée et la prise de mesures efficaces.

Remplacez **maintenant** ce tableau fragmentaire par l'image cohérente que vous offre **Indicateurs des services**. Cette publication trimestrielle innovatrice de Statistique Canada **pénètre dans un domaine inexploré**, fournissant des aperçus opportuns du rendement et des progrès dans les domaines suivants :

- Communications
- Finance, assurance et immobilier
- Services aux entreprises

**Indicateurs des services** rassemble des tableaux analytiques, des diagrammes, des graphiques et des observations en un mode de présentation stimulant et attrayant. En puisant à même une vaste gamme d'indicateurs financiers importants, allant notamment des profits, des capitaux propres, des recettes, de l'actif et du passif aux tendances et analyses de l'emploi, des salaires et de l'extrant – à laquelle s'ajoute un article de fond exploratif dans chaque numéro, **Indicateurs des services** brosse **pour la première fois** un tableau complet!

Enfin, quiconque s'intéresse au secteur des services peut consulter **Indicateurs des services** pour trouver des renseignements **courants** sur ces branches d'activité... tant sous une forme sommaire qu'à un niveau de détail n'ayant jamais encore été offert – et ce, dans une même publication.

Si vous êtes de ceux qui fournissent des services aux entreprises canadiennes, ou si vous financez, fournissez ou évaluez ces services ou y avez en fait recours, **Indicateurs des services** représente un tournant – une chance de s'aventurer dans l'avenir en étant armé des réflexions et connaissances les plus actuelles.

Commandez dès aujourd'hui VOTRE abonnement à **Indicateurs des services!**

**Indicateurs des services** (n° 63-0160XPB au catalogue) coûte 112 \$ (plus 7 % de TPS) au Canada, 135 \$ US aux États-Unis et 157 \$ US dans les autres pays.

Pour commander, écrivez à Statistique Canada, Division du marketing, Vente et service, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou communiquez avec le Centre régional de consultation de Statistique Canada le plus près (voir la liste qui figure dans la présente publication).

Si vous préférez, vous pouvez télécopier votre commande en composant le 1-613-951-1584 ou téléphoner sans frais du Canada et des États-Unis au 1-800-267-6677 (ou d'ailleurs, au 1-613-951-7277) et porter les frais à votre compte VISA ou MasterCard.

# Are you getting your information on the Canadian economy "first-hand"?

Chances are, you spend hours reading several newspapers and a handful of magazines trying to get the whole economic picture -- only to spend even more time weeding out fiction from fact! Wouldn't it be a great deal more convenient (and much more effective) to go straight to the source?

Join the thousands of successful Canadian decision-makers who turn to Statistic Canada's *Canadian Economic Observer* for their monthly briefing. Loaded with first-hand information, collectively published nowhere else, CEO is a quick, concise and panoramic overview of the Canadian economy. Its reliability and completeness are without equal.

## A single source

Consultations with our many readers -- financial analysts, planners, economists and business leaders -- have contributed to CEO's present, widely-acclaimed, two-part format. The **Analysis Section** includes thought-provoking commentary on current economic conditions, issues, trends and developments. The **Statistical Summary** contains the complete range of hard numbers on critical economic indicators: markets, prices, trade, demographics, unemployment and more.

More practical, straightforward and user-friendly than ever before, the *Canadian Economic Observer* gives you more than 150 pages of in-depth information in one indispensable source.

## Why purchase CEO?

As a subscriber, you'll be directly connected to Statistics Canada's economic analysts -- names and phone numbers are listed with articles and features. You'll also receive a copy of CEO's annual **Historical Statistical Supplement** -- at no additional cost.

So why wait for others to publish Statistics Canada's data second-hand when you can have it straight from the source? Order your subscription to the *Canadian Economic Observer* today.

---

The *Canadian Economic Observer* (catalogue no. 10-2300XPB) is \$220 annually in Canada, US\$260 in the United States and US\$110 in other countries. Highlights of the *Canadian Composite Leading Indicator* (catalogue no. 11F0008XFE) are available by fax -- the same day of release -- for \$70 annually in Canada and US\$70 in the United States.

To order, write to: Statistics Canada, Marketing Division, Sales and Service, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication. If more convenient, fax your order to 1-613-951-1584 or call toll-free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard.

# Recevez-vous directement vos informations sur l'économie canadienne?

Il est probable que vous passez des heures à lire plusieurs journaux et un paquet de revues pour essayer d'avoir une vue complète de la situation économique, et ensuite passer encore plus de temps à séparer le réel de ce qui ne l'est pas. Ne serait-il pas plus pratique (et beaucoup plus efficace) de remonter directement à la source?

Joignez-vous aux milliers de décideurs canadiens gagnants qui lisent *L'Observateur économique canadien* pour leur séance de rapport mensuelle. Rempli de renseignements disponibles nulle part ailleurs, L'OEC permet d'avoir une vue générale rapide et concise de l'économie canadienne. Il est inégalé par sa fiabilité et son exhaustivité.

## Une seule source

Les consultations que nous avons eues avec nos nombreux lecteurs, des analystes financiers, des planificateurs, des économistes et des chefs d'entreprise, nous ont permis de présenter L'OEC dans son format actuel en deux parties, qui a été bien accueilli. La **section de l'analyse** contient des commentaires qui donnent à réfléchir sur la conjoncture économique, ses problèmes, ses tendances et ses développements. L'**aperçu statistique** contient l'ensemble complet des chiffres réels pour les indicateurs économiques essentiels : les marchés, les prix, le commerce, la démographie, le chômage, et bien d'autres encore.

Plus pratique, plus simple, plus facile à utiliser qu'auparavant, *L'Observateur économique canadien* vous offre plus de 150 pages de renseignements poussés sous une seule couverture.

## Pourquoi acheter L'OEC?

En tant qu'abonné à L'OEC, vous êtes directement relié aux analystes économiques de Statistique Canada : des noms et des numéros de téléphone sont cités dans les articles et les rubriques. Vous recevrez également un exemplaire du **Supplément statistique historique annuel à titre gracieux**.

Pourquoi devez-vous donc attendre que d'autres publient les données de Statistique Canada qu'ils ont reprises alors que vous pouvez les obtenir directement à la source? Abonnez-vous à *L'Observateur économique canadien* dès aujourd'hui.

---

Le prix de l'abonnement annuel à *L'Observateur économique canadien* (n° 10-2300XPB au catalogue) est de 220 \$ au Canada, de 260 \$ US aux États-Unis et de 310 \$ US dans les autres pays. Les faits saillants de l'*Indicateur composite avancé* (n° 11F0008XFF au catalogue) sont offerts par télécopieur -- le jour même de leur parution -- pour 70 \$ par année au Canada et 70 \$ US aux États-Unis.

Pour commander, écrivez à : Statistique Canada, Division du marketing, Vente et service, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou adressez-vous au Centre de consultation de Statistique Canada le plus proche de chez vous et dont la liste figure dans cette publication. Si vous le préférez, vous pouvez envoyer votre commande par télécopieur au 1-613-951-1584, ou téléphoner sans frais au 1-800-267-6677 et utiliser votre carte VISA ou MasterCard.





Catalogue 63-008 Monthly

# Wholesale Trade

March 1995

Catalogue 63-008 Mensuel

# Commerce de gros

Mars 1995



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada



## Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

## How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Wholesale Trade Section,  
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 Telephone:  
(1-613-951-3541) or to the Statistics Canada  
reference centre in:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montreal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Toll-free access is provided in all provinces and territories, **for users who reside outside the local dialing area** of any of the regional reference centres.

Newfoundland, Labrador,	
Nova Scotia, New Brunswick	
and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Saskatchewan	1-800-667-7164
Manitoba	1-800-661-7828
Southern Alberta	1-800-882-5616
Alberta and Northwest Territories	1-800-563-7828
British Columbia and Yukon	1-800-663-1551

**Telecommunications Device for the  
Hearing Impaired** 1-800-363-7629

## How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Marketing Division, Sales and Service, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)  
Facsimile Number (1-613-951-1584)  
Toronto Credit Card Only (1-416-973-8018)

**Toll Free Order Only Line (Canada  
and United States)** 1-800-267-6677

## Standards of Service to the Public

To maintain quality service to the public, Statistics Canada follows established standards covering statistical products and services, delivery of statistical information, cost-recovered services and service to respondents. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

## Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimés d'ordinateur, microfiches et microfilms et bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinaire et le système d'extraction de Statistique Canada.

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de gros,  
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 téléphone:  
(1-613-951-3541) ou au centre de consultation de  
Statistique Canada à:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montréal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, **aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador,	
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick	
et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Saskatchewan	1-800-667-7164
Manitoba	1-800-661-7828
Sud de l'Alberta	1-800-882-5616
Alberta et Territoires du Nord-Ouest	1-800-563-7828
Colombie-Britannique et Yukon	1-800-663-1551

**Appareils de télécommunications pour  
les malentendants** 1-800-363-7629

## Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Division du marketing, Ventes et Service, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)  
Numéro du télécopieur (1-613-951-1584)  
Toronto Carte de crédit seulement (1-416-973-8018)

**Numéro sans frais pour commander  
seulement(Canada et États-Unis)** 1-800-267-6677

## Normes de service au public

Afin de maintenir la qualité du service au public, Statistique Canada observe des normes établies en matière de produits et de services statistiques, de diffusion d'information statistique, de services à recouvrement des coûts et de services aux répondants. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.



Statistics Canada  
Industry Division  
Wholesale Trade Section

# Wholesale Trade

March 1995

Statistique Canada  
Division de l'industrie  
Section du commerce de gros

# Commerce de gros

Mars 1995

Published by authority of the Minister  
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1995

All rights reserved. No part of this publication  
may be reproduced, stored in a retrieval system  
or transmitted in any form or by any means,  
electronic, mechanical, photocopying, recording  
or otherwise without prior written permission  
from Licence Services, Marketing Division,  
Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada  
K1A 0T6.

**June 1995**

Price: Canada: \$18.00 per issue,  
\$180.00 annually  
United States: US\$22.00 per issue,  
US\$216.00 annually  
Other Countries: US\$26.00 per issue,  
US\$252.00 annually

**Catalogue 63-008, Vol. 58, No. 3**

ISSN 0380-7894

Ottawa

---

Note of Appreciation

Canada owes the success of its statistical system  
to a long-standing cooperation involving Statistics  
Canada, the citizens of Canada, its businesses,  
governments and other institutions. Accurate and  
timely statistical information could not be produced  
without their continued cooperation and goodwill.

Publication autorisée par le ministre  
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1995

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire  
ou de transmettre le contenu de la présente  
publication, sous quelque forme ou par quelque  
moyen que ce soit, enregistrement sur support  
magnétique, reproduction électronique,  
mécanique, photographique, ou autre, ou de  
l'emmagasiner dans un système de recouvrement  
sans l'autorisation écrite préalable des  
Services de concession des droits de licence,  
Division du marketing, Statistique Canada,  
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

**Juin 1995**

Prix: Canada: 18 \$ l'exemplaire,  
180 \$ par année  
États-Unis: 22 \$ US l'exemplaire,  
216 \$ US par année  
Autres pays: 26 \$ US l'exemplaire,  
252 \$ US par année

**Catalogue 63-008, vol. 58, no. 3**

ISSN 0380-7894

Ottawa

---

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada  
repose sur un partenariat bien établi entre  
Statistique Canada et la population, les entreprises,  
les administrations canadiennes et les autres  
organismes. Sans cette collaboration et cette bonne  
volonté, il serait impossible de produire des  
statistiques précises et actuelles.

## Symbols

The following symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.
- \* The reader is asked to note that the data are either based on a response which falls below the usual standard for publication or have a greater degree of variability than normal associated with them due to list structure changes i.e., birth/death adjustments and classification changes, and should therefore be used with caution.

## NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

## A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Wholesale Trade (Matrix Nos. 0059, 0061, 0648, 0649), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **G. Andrusiak**, Director, Industry Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **L. Murphy**, Acting Chief, Wholesale Trade Section, Distributive Trades, Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.

## Signes conventionnels

Les signes suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.
- \* Le lecteur est prié de noter que les données sont fondées sur des réponses qui ne satisfont pas à la norme habituelle exigée pour la publication ou que celles-ci ont une plus grande marge d'inconsistance que l'on devrait normalement obtenir, et ce, à cause de la structure de la liste, c'est-à-dire des ajustements dûs aux créations et aux disparitions et des changements dans le classement

## NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

## NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (système canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de gros (matrice nos 0059, 0061, 0648, 0649), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinaux. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **G. Andrusiak**, directeur, Division de l'industrie
- **R. Lussier**, directeur adjoint, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- **L. Murphy**, chef intérimaire, Section du commerce de gros, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences - "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 - 1984.



TABLE OF CONTENTS	PAGE	TABLE DES MATIERES	PAGE
Introduction	v	Introduction	v
Charts	vii	Graphiques	vii
Highlights	ix	Points saillants	ix
Statistical Tables		Tableaux statistiques	
1. Wholesale Merchants Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region	2	1. Ventes des marchands de gros, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région	2
2. Wholesale Merchants Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region	4	2. Ventes des marchands de gros, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région	4
3. Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Sales	6	3. Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des ventes	6
4. Wholesale Merchants Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region, Historical	8	4. Ventes des marchands de gros, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région, historique	8
5. Wholesale Merchants Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region, Historical	10	5. Ventes des marchands de gros, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région, historique	10
6. Wholesale Merchants Inventories, Seasonally Adjusted, by Trade Group	12	6. Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce	12
7. Wholesale Merchants Inventories, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group	12	7. Stocks des marchands de gros, non-désaisonnalisés, selon le groupe de commerce	12
8. Wholesale Merchants Inventories, Seasonally Adjusted, by Trade Group, Historical	14	8. Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce, historique	14
9. Wholesale Merchants Inventories, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group, Historical	14	9. Stocks des marchands de gros, non-désaisonnalisés, selon le groupe de commerce, historique	14
10. Wholesale Merchants Inventories/Sales Ratio, Seasonally Adjusted, by Trade Group	16	10. Marchands de gros, rapport stocks/ventes, désaisonné, selon le groupe de commerce	16
11. Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Inventories	16	11. Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des stocks	16



## Introduction

This publication presents estimates of monthly sales of wholesale merchant establishments for Canada, each province and for the Yukon and Northwest Territories combined. In addition to total sales, sales and inventories, and as well as inventories to sales ratios appear for major trade groups based on the 1980 Standard Industrial Classification.

Sales figures are on a net basis (gross sales less returns, adjustments and discounts) whether on cash or credit, and exclude any taxes collected. Also included are commissions earned by wholesalers also acting as agents, while the sales of goods owned by others are excluded.

Inventory figures are the value of the goods owned and held for resale. Included are any inventory in transit or on consignment. Excluded are goods owned and held in inventory abroad, and inventories held on consignment from others.

The estimates contained in this publication are derived from a redesigned monthly survey which incorporates a revised list of wholesale businesses. For a more detailed discussion of the new survey methodology see Appendix II in January 1994 issue.

Establishments in wholesale trade are primarily engaged in selling merchandise to retailers, to other wholesalers, to industrial, commercial, institutional and professional users, to farmers for use in farm production, and for export; or acting as agents or brokers in buying or selling merchandise to such persons or organizations on a commission basis.

However sales to end-users of certain commodities (usually capital or investment (non-consumer) goods) such as computer equipment, feed, seed or other farm supplies, lumber and building materials, trucks and commercial vehicles, and all types of machinery and equipment are always classified to wholesale trade. A complete review of definitions and concepts appears in Appendix I in the January 1994 issue.

Users should note that each month, unless otherwise indicated, this publication will contain preliminary estimates for the current month and revised estimates for the preceding month for the unadjusted series. The estimates of the seasonally adjusted series are revised for the preceding three months.

## Introduction

La présente publication donne des estimations des ventes mensuelles des établissements de commerce de gros pour le Canada, les provinces, le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest ensemble. En plus des ventes totales, elle contient des données ventilées pour les ventes et les stocks, ainsi que les rapports entre les stocks et les ventes, selon les grands groupes de commerce établis par la Classification type des industries de 1980.

Les chiffres concernent les ventes nettes (ventes brutes diminuées des rendus, des rabais et des escomptes), à crédit ou à comptants, sans les taxes perçues. Sont incluses les commissions obtenues par les grossistes faisant aussi fonction d'agents, mais non les ventes de marchandises appartenant à d'autres entreprises.

Les données sur les stocks représentent la valeur des marchandises possédées et détenues pour la revente. Sont inclus tous les stocks en transit ou en consignment. Ne sont pas comptées les marchandises possédées et détenues à l'étranger, ainsi que les stocks détenus en consignment pour les autres.

Les estimations contenues dans la présente publication sont tirées d'une enquête mensuelle remaniée, qui se fonde sur une liste révisée des établissements de commerce de gros. L'appendice II dans la publication de janvier 1994, traite en détail de la méthodologie employée pour l'enquête.

Les établissements dont l'activité principale est le commerce de gros vendent des marchandises à des détaillants, à d'autres grossistes, à des industriels, à des commerçants, à des établissements publics, à des professionnels, à des agriculteurs s'il s'agit de marchandises destinées à la production agricole, et à d'autres pays; ou encore vendent des marchandises ou en achètent pour le compte d'autrui, à titre d'agents ou de courtiers, moyennant une commission.

Par ailleurs, on attribue toujours au commerce de gros les ventes de certains produits à l'utilisateur final (habituellement les biens d'équipement ou d'investissement), par exemple le matériel informatique, les aliments pour animaux, les semences et les autres fournitures agricoles, le bois et les matériaux de construction, les camions et les véhicules commerciaux, et tous les genres de machines et de matériel. L'appendice I dans la publication de janvier 1994, contient l'ensemble des définitions et des concepts.

L'utilisateur devrait noter que la publication renfermera tous les mois, à moins d'indication contraire, les estimations provisoires pour le mois en cours et les estimations révisées du mois précédent pour les séries non désaisonnalisées. Les estimations des séries désaisonnalisées sont révisées pour les trois mois précédents.





Chart 1

Graphique 1

## Wholesale Merchants' Sales

## Ventes des marchands de gros

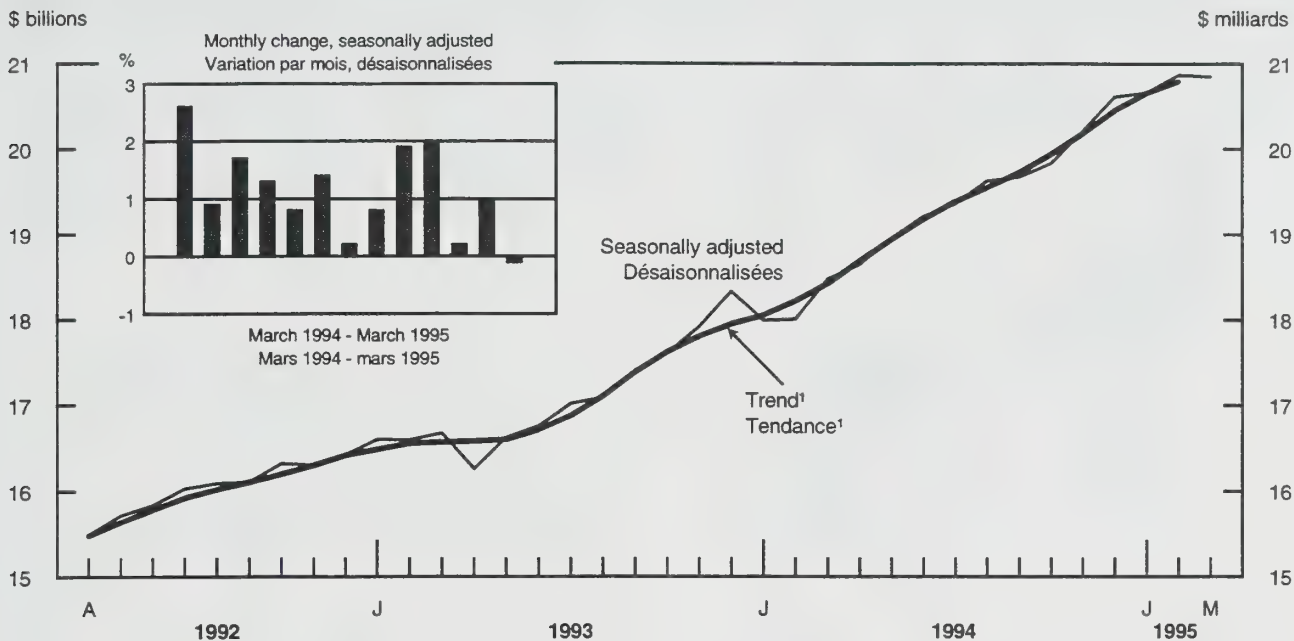
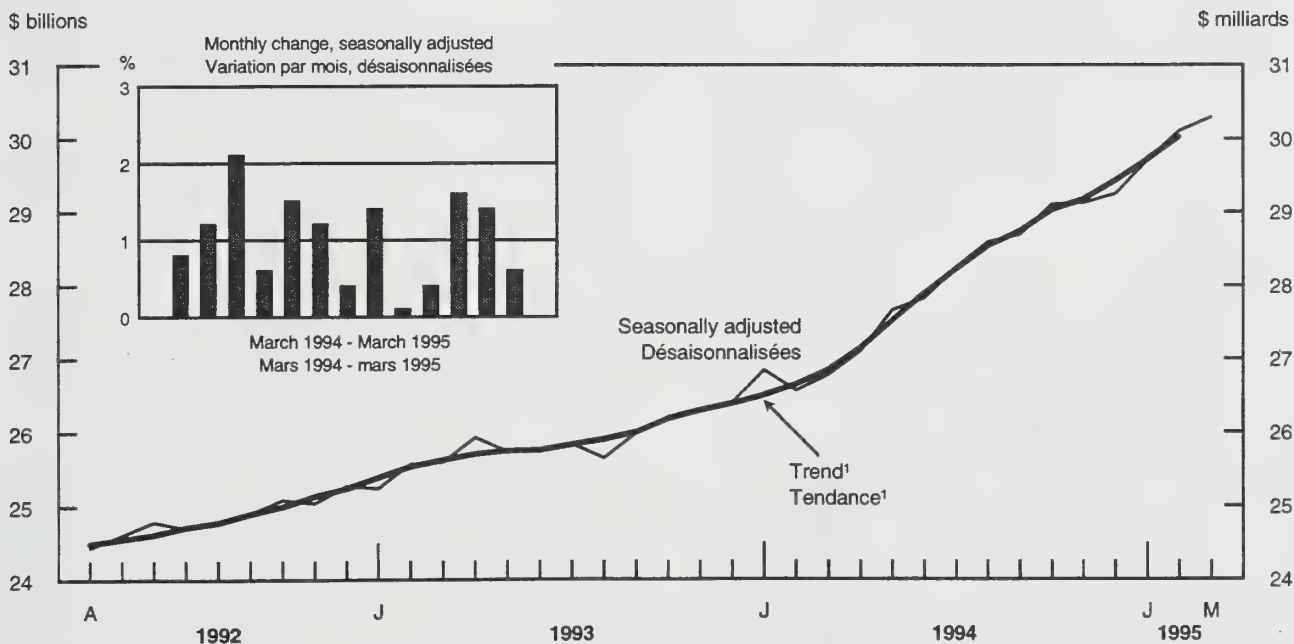


Chart 2

Graphique 2

## Wholesale Merchants' Inventories

## Stocks des marchands de gros

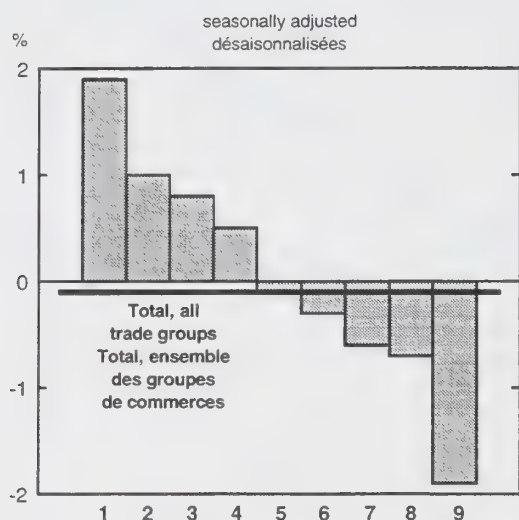


<sup>1</sup> The short-term trend represents a weighted average of data.

<sup>1</sup> La tendance à court terme représente une moyenne pondérée des données.

Chart 3

**Wholesale Merchants' Sales by Trade Group, March 1995**  
**Percentage change, previous month**



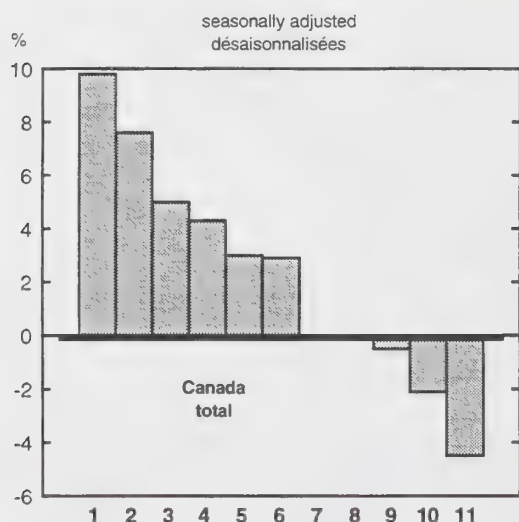
Graphique 3

**Ventes des marchands de gros par groupe de commerce, mars 1995**  
**Variation en pourcentage par rapport au mois précédent**

Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage
Food, beverage, drug and tobacco products	2	Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac
Farm machinery, equipment and supplies	3	Machines, matériel et fournitures agricoles
Household goods	4	Articles ménagers
Apparel and dry goods	5	Vêtements et articles de mercerie
Motor vehicles, parts and accessories	6	Véhicules automobiles, pièces et accessoires
Other products	7	Autres produits
Other machinery, equipment and supplies	8	Autres machines, matériel et fournitures
Lumber and building materials	9	Bois et matériaux de construction

Chart 4

**Wholesale Merchants' Sales by Province, March 1995**  
**Percentage change, previous month**



Graphique 4

**Ventes des marchands de gros par province, mars 1995**  
**Variation en pourcentage par rapport au mois précédent**

Yukon & Northwest Territories	1	Yukon & Territoire du Nord-Ouest
Newfoundland	2	Terre-Neuve
Saskatchewan	3	Saskatchewan
New Brunswick	4	Nouveau-Brunswick
Prince Edward Island	5	Île-du-Prince-Édouard
Nova Scotia	6	Nouvelle-Écosse
Quebec	7	Québec
Ontario	8	Ontario
British Columbia	9	Colombie-Britannique
Alberta	10	Alberta
Manitoba	11	Manitoba



## Highlights

Wholesale merchants' sales were sluggish in March at \$20.8 billion (-0.1%), following a 1.0% rise in February and a small gain (+0.2%) in January. However, total monthly sales were 12.9% higher than in March 1994. Higher interest rates in Canada and the United States affected the pace of wholesale growth over the last few months. For the first quarter of 1995, the average monthly sales increase was much lower (+0.4%) than in the last quarter of 1994 (+1.6%). Also, the rail strike may have disrupted certain economic sectors and delayed some sales transactions.

### Sales declined marginally

Five of the nine trade groups (accounting for about 63% of all sales) posted lower sales. Wholesalers of lumber and building materials and dealers of other machinery, equipment and supplies recorded the most significant drop (-1.9% and -0.7% respectively). For lumber wholesalers, this was the second monthly decline in a row. It reflects the impact of very weak residential construction activity in Canada, accentuated by lower exports of lumber in March. As well, after eight months of consecutive growth, dealers of other machinery, equipment and supplies posted their first decline in March.

### Inventory rose moderately

Inventory rose a moderate 0.6%, reaching \$30.3 billion in March. This followed two months when the buildup in inventory was large (+1.4% in February and +1.6% in January). The inventory-to-sales ratio increased from 1.44 in February to 1.45 at the end of March.

Inventories for six of the nine trade groups increased. The largest rise was in other products (+3.9% or +\$161 million), which includes agricultural and industrial chemicals, books, newspaper and other products. This marked the eighth consecutive increase in inventory for this group, which includes some large exporters. Also showing a strong increase in inventory were wholesalers of other machinery, equipment and supplies (+1.0% or +\$85 million). In contrast, the largest decline was reported from dealers of motor vehicles, parts and accessories (-2.8% or -\$111 million), which followed two months of strong inventory buildup.

## Faits Saillants

En mars, les ventes des marchands de gros stagnent à 20,8 milliards\$ (-0,1%) à la suite d'une hausse de 1,0% en février ainsi que d'un faible gain de 0,2% en janvier. Cependant, le niveau total des ventes mensuelles est de 12,9% plus élevé que celui enregistré en mars 1994. Des taux d'intérêt plus élevés au Canada et aux États-Unis ont influencé le rythme de croissance du commerce de gros au cours des derniers mois. Pour le premier trimestre de 1995, la moyenne des hausses des ventes mensuelles a été beaucoup moins élevée (+0,4%) que celle du dernier trimestre de 1994 qui s'élevait à +1,6%. La grève du rail a possiblement occasionné des problèmes dans certains secteurs de l'économie ainsi que des retards au niveau des ventes.

### Faible diminution des ventes en mars

Cinq des neuf groupes de commerce (représentant 63% des ventes totales) affichent une diminution des ventes en mars. Les grossistes de bois et matériaux de construction et les distributeurs d'autres machines, matériel et fournitures enregistrent les plus fortes baisses, soit 1,9% et 0,7% respectivement. Pour les grossistes de bois, il s'agit d'une deuxième baisse consécutive. Cette dernière est attribuable à un très faible marché de la construction résidentielle au Canada accentué par une baisse des exportations de bois en mars. De plus, après huit mois de croissance soutenue, les marchands d'autres machines, équipement et fournitures affichent leur première baisse en mars.

### Hausse modérée des inventaires

À la suite d'une hausse modérée de 0,6%, le niveau des inventaires s'établit à 30,3 milliards\$ en mars. Cette hausse succède à deux mois d'accumulation rapide des inventaires (1,4% en février et 1,6% en janvier). À la fin de mars, le rapport des stocks sur les ventes croît à 1,45 par rapport à 1,44 en février.

Les inventaires de six des neuf groupes de commerce ont augmenté. La contribution la plus substantielle est venue des grossistes d'autres produits (tels les produits chimiques industriels et agricoles, les livres, le papier journal et autres produits), en hausse de 3,9% ou 161 millions\$. Il s'agit de la huitième hausse consécutive pour ce groupe de commerce qui compte d'importants exportateurs. Les inventaires des grossistes d'autres machines, équipements et fournitures ont également crû de façon marquée, soit 1,0% ou 85 millions\$. À l'opposé, la plus importante diminution a été signalée par les grossistes de véhicules automobiles, pièces et accessoires (-2,8% ou 111 millions\$), après deux mois d'accumulation significative de leurs inventaires.

**British Columbia's merchants are no longer leading the way**

British Columbia's wholesalers posted lower sales in recent months, continuing the trend begun in mid-1994. Recent growth in export-oriented markets has slowed due to labour disputes and weaker U.S. demand.

Compared with March 1994, Ontario and Quebec wholesalers registered sharply higher sales, increasing 16.3% and 12.6% respectively. The U.S. economy's strong performance throughout 1994 and Canadian business investments contributed to a surge in machinery and equipment sales from these two provinces. In March, Ontario and Quebec posted slight decreases (-0.1% in each case); for Ontario, it was the first decrease since January 1994.

All the Atlantic provinces posted strong increases, ranging from +3.0% in Prince Edward Island to +7.6% in Newfoundland. After a sharp decline in January, Newfoundland registered solid growth rates for two consecutive months.

**Les marchands de la Colombie-Britannique ne mènent plus le bal**

Les ventes des grossistes de la Colombie-Britannique ont faibli au cours des derniers mois, prolongeant ainsi la tendance amorcée au milieu de l'année 1994. Récemment, la croissance des ventes des grossistes tournée vers l'exportation a ralenti en raison de conflits de travail et d'un fléchissement de la demande aux États-Unis.

En mars 1995, les grossistes ontariens et québécois ont affiché des ventes nettement plus élevées qu'en mars 1994, soit 16,3% et 12,6% respectivement. La vigueur de l'économie américaine tout au long de 1994 conjuguée aux investissements des entreprises canadiennes a contribué à la progression marquée des ventes de machineries et d'équipements par les grossistes de l'Ontario et du Québec. En mars, ces deux provinces ont affiché de faibles baisses (-0,1% dans les deux cas). Pour l'Ontario, il s'agissait d'une première diminution depuis janvier 1994.

Toutes les provinces maritimes ont enregistré de fortes hausses allant de +3,0% à l'Île-du-Prince-Édouard à +7,6% à Terre-Neuve. Après une baisse marquée des ventes en janvier, les grossistes de Terre-Neuve ont enregistré de fortes hausses au cours des deux derniers mois.

**FOR FURTHER READING**  
Selected Publications  
from Statistics Canada

**LECTURES SUGGÉRÉES**  
Choisies parmi les publications  
de Statistique Canada

<b>Title</b>	<b>Titre</b>	<b>Catalogue</b>
<b>Wholesale Trade Statistics, Wholesale Merchants and Agents and Brokers, Annual</b>	<b>Statistiques sur le commerce de gros, marchands de gros, agents et courtiers, Annuel</b>	<b>63-226</b>
<b>Market Research Handbook, Annual</b>	<b>Recueil statistique des études de marché, Annuel</b>	<b>63-224</b>
<b>Origin and Destination of goods of Merchandising Establishments, Occasional</b>	<b>Origine et destination des produits des établissements de commerce, Hors série</b>	<b>63-540</b>

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.





## Statistical Tables

## Tableaux statistiques

**TABLE 1. Wholesale Merchants Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region**

No.		Sales Ventes				Year-to-date 1995 Cumulatif	Change from previous month Variation du mois précédent	
		March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre		March 1995 Mars	February 1995 Février
	<b>Trade Group - Canada</b>	<b>\$ millions</b>						
1	Food, beverage, drug and tobacco products	4,856	4,807	4,642	4,812	14,305	1.0	3.5
2	Apparel and dry goods	461	462	465	487	1,388	-0.1	-0.8
3	Household goods	650	647	652	655	1,948	0.5	-0.8
4	Motor vehicles, parts and accessories	2,369	2,377	2,351	2,520	7,097	-0.3	1.1
5	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1,620	1,591	1,618	1,607	4,829	1.9	-1.7
6	Lumber and building materials	1,923	1,960	1,998	1,911	5,880	-1.9	-1.9
7	Farm machinery, equipment and supplies	529	525	504	495	1,558	0.8	4.2
8	Other machinery, equipment and supplies	4,933	4,970	4,871	4,745	14,774	-0.7	2.0
9	Other products	3,507	3,528	3,556	3,379	10,592	-0.6	-0.8
10	<b>Total, all trades</b>	<b>20,849</b>	<b>20,865</b>	<b>20,657</b>	<b>20,611</b>	<b>62,371</b>	<b>-0.1</b>	<b>1.0</b>
	<b>Regions</b>							
11	Newfoundland	198	184	166	183	548	7.6	10.8
12	Prince Edward Island	40	39	42	45	122	3.0	-7.1
13	Nova Scotia	441	428	425	469	1,294	2.9	0.8
14	New Brunswick	300	288	283	293	871	4.3	1.6
15	Quebec	4,790	4,796	4,663	4,792	14,249	-0.1	2.9
16	Ontario	8,898	8,903	8,849	8,786	26,651	-0.1	0.6
17	Manitoba	673	705	677	657	2,055	-4.5	4.1
18	Saskatchewan	802	764	732	673	2,297	5.0	4.4
19	Alberta	1,890	1,929	1,982	1,921	5,801	-2.1	-2.7
20	British Columbia	2,793	2,805	2,816	2,766	8,414	-0.5	-0.4
21	Yukon and Northwest Territories	25	23	22	25	69	9.8	5.3



**TABLEAU 1. Ventes des marchands de gros, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région**

Change from previous month Variation du mois précédent		Change from previous year Variation de l'année précédente					N°
January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	Year-to-date 1995 Cumulatif	
per cent-pourcentage							Groupe de commerce - Canada
-3.5	3.6	5.0	5.4	0.4	2.6	3.6	Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac 1
-4.4	3.4	10.0	9.4	6.6	11.8	8.6	Vêtements et articles de mercerie 2
-0.5	-4.8	10.4	14.2	16.8	14.7	13.8	Articles ménagers 3
-6.7	4.9	13.7	16.9	16.0	24.7	15.5	Véhicules automobiles, pièces et accessoires 4
0.7	-1.4	18.6	20.8	26.7	26.2	21.9	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage 5
4.6	5.1	14.9	18.0	17.5	6.5	16.8	Bois et matériaux de construction 6
1.8	1.9	25.5	22.2	14.5	-3.1	20.7	Machines, matériel et fournitures agricoles 7
2.7	1.1	13.3	18.7	17.9	12.7	16.6	Autres machines, matériel et fournitures 8
5.2	0.2	19.2	24.7	26.8	19.5	23.5	Produits divers 9
0.2	2.0	12.9	15.9	14.8	12.4	14.5	Total, ensemble des commerces 10
							Régions
-9.4	1.8	6.0	6.4	-8.5	2.2	1.3	Terre-Neuve 11
-6.3	-2.5	-12.6	-9.6	-3.6	10.4	-8.7	Île-du-Prince-Édouard 12
-9.4	9.9	7.7	9.6	3.4	8.4	6.8	Nouvelle-Écosse 13
-3.5	3.4	21.5	24.2	15.6	23.4	20.4	Nouveau-Brunswick 14
-2.7	6.5	12.6	13.5	10.6	14.0	12.2	Québec 15
0.7	0.9	16.3	18.9	18.9	14.7	18.0	Ontario 16
3.0	-2.1	6.9	18.6	13.6	4.7	12.9	Manitoba 17
8.7	5.0	35.3	37.7	33.0	10.9	35.4	Saskatchewan 18
3.2	-2.0	5.5	10.1	12.5	6.4	9.3	Alberta 19
1.8	-	5.6	10.7	11.3	9.8	9.2	Colombie-Britannique 20
-13.2	14.1	17.6	7.1	2.8	12.5	9.2	Yukon et Territoires du Nord-Ouest 21

**TABLE 2. Wholesale Merchants Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region**

No.		Sales Ventes				
		March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	Year-to-date 1995 Cumulatif
Trade Group - Canada		\$ millions				
1	Food, beverage, drug and tobacco products	4,808	4,234	4,257	5,013	13,299
2	Apparel and dry goods	562	503	404	301	1,469
3	Household goods	627	505	512	638	1,644
4	Motor vehicles, parts and accessories	2,733	2,013	1,957	2,131	6,703
5	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1,632	1,393	1,484	1,345	4,509
6	Lumber and building materials	1,782	1,446	1,455	1,449	4,683
7	Farm machinery, equipment and supplies	498	358	342	472	1,199
8	Other machinery, equipment and supplies	5,766	4,499	4,360	5,092	14,626
9	Other products	3,555	3,086	3,101	3,170	9,742
10	Total, all trades	21,964	18,037	17,872	19,611	57,873
Regions						
11	Newfoundland	185	147	136	186	469
12	Prince Edward Island	37	32	36	45	105
13	Nova Scotia	440	354	359	464	1,153
14	New Brunswick	289	231	238	284	758
15	Quebec	4,968	4,133	3,914	4,385	13,015
16	Ontario	9,640	7,801	7,769	8,523	25,210
17	Manitoba	657	570	536	587	1,764
18	Saskatchewan	778	633	610	621	2,022
19	Alberta	1,930	1,667	1,789	1,855	5,386
20	British Columbia	3,015	2,451	2,466	2,638	7,933
21	Yukon and Northwest Territories	24	18	18	23	60

**TABEAU 2. Ventes des marchands de gros, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région**

Change from previous year Variation de l'année précédente					N°
March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	Year-to-date 1995 Cumulatif	
per cent-pourcentage					
<b>Groupe de commerce - Canada</b>					
5.1	5.6	1.7	2.9	4.1	Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac 1
7.7	7.5	10.7	15.2	8.5	Vêtements et articles de mercerie 2
7.2	10.3	16.2	14.8	10.8	Articles ménagers 3
11.5	16.1	16.5	25.7	14.3	Véhicules automobiles, pièces et accessoires 4
17.1	18.6	29.1	23.3	21.3	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage 5
13.9	19.6	21.9	7.0	18.0	Bois et matériaux de construction 6
22.0	25.6	17.8	-2.0	21.8	Machines, matériel et fournitures agricoles 7
14.2	20.2	20.5	10.7	17.8	Autres machines, matériel et fournitures 8
17.1	26.8	31.1	14.8	24.3	Produits divers 9
12.1	16.3	16.9	11.0	14.8	<b>Total, ensemble des commerces 10</b>
<b>Régions</b>					
11.1	3.2	-9.3	1.2	2.0	Terre-Neuve 11
-10.6	-13.5	-5.3	5.5	-9.8	Île-du-Prince-Édouard 12
9.9	9.0	3.2	11.2	7.4	Nouvelle-Écosse 13
23.2	19.9	15.8	22.6	19.8	Nouveau-Brunswick 14
13.1	15.4	12.7	13.1	13.7	Québec 15
15.0	18.8	21.1	13.8	18.0	Ontario 16
6.0	21.5	12.1	0.7	12.5	Manitoba 17
41.4	44.1	38.7	5.9	41.4	Saskatchewan 18
3.8	10.6	17.0	3.9	10.0	Alberta 19
3.4	9.6	12.4	7.4	8.0	Colombie-Britannique 20
11.0	3.9	2.9	16.6	6.3	Yukon et Territoires du Nord-Ouest 21



**TABLE 3. Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Sales**

No.	Response fraction Fraction de réponse			
	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre
<b>Trade Group - Canada</b>	<b>per cent-pourcentage</b>			
1 Food, beverage, drug and tobacco products	83.0	89.4	89.8	93.5
2 Apparel and dry goods	84.9	86.0	88.3	90.3
3 Household goods	95.6	96.5	95.0	95.8
4 Motor vehicles, parts and accessories	89.3	90.1	89.5	92.4
5 Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	89.3	86.2	93.1	90.7
6 Lumber and building materials	90.2	89.9	88.6	90.3
7 Farm machinery, equipment and supplies	90.2	80.6	78.8	92.0
8 Other machinery, equipment and supplies	73.6	88.0	78.6	89.4
9 Other products	83.4	91.2	89.9	90.3
10 Total, all trades	83.0	89.2	87.1	91.4
<b>Regions</b>				
11 Newfoundland	88.3	91.6	91.3	92.9
12 Prince Edward Island	86.3	88.8	88.1	86.8
13 Nova Scotia	84.2	85.6	86.0	90.1
14 New Brunswick	78.5	83.9	81.4	87.1
15 Quebec	86.6	92.6	88.6	94.0
16 Ontario	80.3	86.6	84.9	89.9
17 Manitoba	83.1	91.5	91.0	94.5
18 Saskatchewan	83.0	90.2	84.9	90.4
19 Alberta	81.9	90.2	89.2	92.9
20 British Columbia	89.1	90.9	90.8	91.0
21 Yukon and Northwest Territories	81.3	81.7	82.1	71.7

**TABLEAU 3. Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des ventes**

Coefficient of variation Coefficient de variation				N°
March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	
per cent-pourcentage				
<b>Groupe de commerce - Canada</b>				
2.5	2.1	2.4	2.5	Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac 1
10.9	7.6	5.2	7.6	Vêtements et articles de mercerie 2
7.7	9.1	8.1	8.5	Articles ménagers 3
6.9	6.3	6.7	5.9	Véhicules automobiles, pièces et accessoires 4
4.8	5.1	6.0	6.6	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage 5
5.8	5.0	4.1	4.4	Bois et matériaux de construction 6
5.2	4.1	4.4	4.8	Machines, matériel et fournitures agricoles 7
2.6	2.6	2.8	3.3	Autres machines, matériel et fournitures 8
3.5	3.6	3.4	3.8	Produits divers 9
1.5	1.4	1.5	1.5	<b>Total, ensemble des commerces 10</b>
<b>Régions</b>				
4.6	5.1	4.9	4.6	Terre-Neuve 11
2.4	3.5	3.3	4.2	Île-du-Prince-Édouard 12
4.8	4.3	4.4	4.1	Nouvelle-Écosse 13
5.4	5.4	6.2	5.9	Nouveau-Brunswick 14
3.8	3.0	3.0	3.1	Québec 15
2.5	2.4	2.6	2.6	Ontario 16
3.7	3.1	3.0	3.7	Manitoba 17
2.9	2.7	3.4	3.9	Saskatchewan 18
3.1	3.3	3.6	3.2	Alberta 19
3.7	3.9	3.8	4.5	Colombie-Britannique 20
1.7	1.3	2.2	4.5	Yukon et Territoires du Nord-Ouest 21

**TABLE 4. Wholesale Merchants Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region, Historical**

No.		Sales						
		March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	September 1994 Septembre
	<b>Trade Group - Canada</b>	<b>\$ millions</b>						
1	Food, beverage, drug and tobacco products	4,856	4,807	4,642	4,812	4,645	4,642	4,616
2	Apparel and dry goods	461	462	465	487	471	459	458
3	Household goods	650	647	652	655	688	647	615
4	Motor vehicles, parts and accessories	2,369	2,377	2,351	2,520	2,402	2,287	2,283
5	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1,620	1,591	1,618	1,607	1,630	1,581	1,573
6	Lumber and building materials	1,923	1,960	1,998	1,911	1,818	1,805	1,776
7	Farm machinery, equipment and supplies	529	525	504	495	486	455	474
8	Other machinery, equipment and supplies	4,933	4,970	4,871	4,745	4,693	4,654	4,612
9	Other products	3,507	3,528	3,556	3,379	3,373	3,302	3,265
10	<b>Total, all trades</b>	<b>20,849</b>	<b>20,865</b>	<b>20,657</b>	<b>20,611</b>	<b>20,206</b>	<b>19,832</b>	<b>19,672</b>
	<b>Regions</b>							
11	Newfoundland	198	184	166	183	180	177	176
12	Prince Edward Island	40	39	42	45	46	46	47
13	Nova Scotia	441	428	425	469	427	422	412
14	New Brunswick	300	288	283	293	284	268	273
15	Quebec	4,790	4,796	4,663	4,792	4,500	4,401	4,340
16	Ontario	8,898	8,903	8,849	8,786	8,709	8,556	8,432
17	Manitoba	673	705	677	657	671	663	664
18	Saskatchewan	802	764	732	673	641	602	607
19	Alberta	1,890	1,929	1,982	1,921	1,960	1,945	1,920
20	British Columbia	2,793	2,805	2,816	2,766	2,765	2,733	2,782
21	Yukon and Northwest Territories	25	23	22	25	22	20	20



**TABEAU 4. Ventes des marchands de gros, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région, historique**

Ventes						N°
August 1994 Août	July 1994 Juillet	June 1994 Juin	May 1994 Mai	April 1994 Avril	March 1994 Mars	
\$ millions						
<b>Groupe de commerce - Canada</b>						
4,688	4,695	4,640	4,583	4,550	4,624	Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac 1
468	479	510	468	457	419	Vêtements et articles de mercerie 2
642	608	619	611	595	588	Articles ménagers 3
2,264	2,179	2,158	2,143	2,114	2,085	Véhicules automobiles, pièces et accessoires 4
1,563	1,503	1,471	1,447	1,394	1,366	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage 5
1,790	1,749	1,728	1,719	1,718	1,673	Bois et matériaux de construction 6
459	452	423	418	412	421	Machines, matériel et fournitures agricoles 7
4,551	4,538	4,461	4,474	4,367	4,354	Autres machines, matériel et fournitures 8
3,204	3,156	3,203	3,093	3,039	2,943	Produits divers 9
19,631	19,358	19,212	18,957	18,645	18,473	<b>Total, ensemble des commerces 10</b>
<b>Régions</b>						
179	191	185	187	187	187	Terre-Neuve 11
47	48	46	47	48	46	Île-du-Prince-Édouard 12
415	410	406	402	401	410	Nouvelle-Écosse 13
267	264	277	258	257	247	Nouveau-Brunswick 14
4,374	4,378	4,363	4,380	4,293	4,253	Québec 15
8,361	8,155	8,027	7,929	7,737	7,653	Ontario 16
651	629	642	611	618	629	Manitoba 17
597	576	607	577	593	592	Saskatchewan 18
1,888	1,860	1,820	1,801	1,789	1,791	Alberta 19
2,830	2,822	2,816	2,747	2,702	2,644	Colombie-Britannique 20
22	25	22	19	21	21	Yukon et Territoires du Nord-Ouest 21

**TABLE 5. Wholesale Merchants Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region, Historical**

No.		Sales						
		March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	September 1994 Septembre
	<b>Trade Group - Canada</b>	<b>\$ millions</b>						
1	Food, beverage, drug and tobacco products	4,808	4,234	4,257	5,013	4,806	4,700	4,780
2	Apparel and dry goods	562	503	404	301	437	499	572
3	Household goods	627	505	512	638	897	785	737
4	Motor vehicles, parts and accessories	2,733	2,013	1,957	2,131	2,562	2,433	2,408
5	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1,632	1,393	1,484	1,345	1,749	1,654	1,691
6	Lumber and building materials	1,782	1,446	1,455	1,449	1,792	1,907	2,012
7	Farm machinery, equipment and supplies	498	358	342	472	424	491	486
8	Other machinery, equipment and supplies	5,766	4,499	4,360	5,092	4,912	4,515	4,834
9	Other products	3,555	3,086	3,101	3,170	3,493	3,411	3,314
10	<b>Total, all trades</b>	<b>21,964</b>	<b>18,037</b>	<b>17,872</b>	<b>19,611</b>	<b>21,072</b>	<b>20,396</b>	<b>20,833</b>
	<b>Regions</b>							
11	Newfoundland	185	147	136	186	195	195	196
12	Prince Edward Island	37	32	36	45	43	45	48
13	Nova Scotia	440	354	359	464	410	416	435
14	New Brunswick	289	231	238	284	294	276	294
15	Quebec	4,968	4,133	3,914	4,385	4,806	4,653	4,779
16	Ontario	9,640	7,801	7,769	8,523	9,242	8,788	8,842
17	Manitoba	657	570	536	587	642	675	698
18	Saskatchewan	778	633	610	621	589	612	658
19	Alberta	1,930	1,667	1,789	1,855	2,050	1,963	1,976
20	British Columbia	3,015	2,451	2,466	2,638	2,779	2,751	2,883
21	Yukon and Northwest Territories	24	18	18	23	21	21	23

**TABEAU 5. Ventes des marchands de gros, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région, historique**

Ventes							N°
August 1994 Août	July 1994 Juillet	June 1994 Juin	May 1994 Mai	April 1994 Avril	March 1994 Mars	Year 1995 Année	
\$ millions							Groupe de commerce - Canada
4,884	4,761	4,885	4,700	4,403	4,576	13,299	Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac 1
630	510	416	380	407	522	1,469	Vêtements et articles de mercerie 2
682	550	581	556	548	585	1,644	Articles ménagers 3
2,262	1,983	2,327	2,332	2,261	2,450	6,703	Véhicules automobiles, pièces et accessoires 4
1,674	1,464	1,599	1,523	1,364	1,394	4,509	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage 5
2,080	1,969	2,134	2,049	1,731	1,565	4,683	Bois et matériaux de construction 6
534	468	521	508	470	408	1,199	Machines, matériel et fournitures agricoles 7
4,418	4,176	4,827	4,337	4,140	5,050	14,626	Autres machines, matériel et fournitures 8
3,090	2,934	3,624	3,608	3,108	3,037	9,742	Produits divers 9
20,254	18,815	20,914	19,993	18,434	19,589	57,873	Total, ensemble des commerces 10
							Régions
196	208	197	186	164	167	469	Terre-Neuve 11
49	56	57	53	44	41	105	Île-du-Prince-Édouard 12
430	454	473	445	383	400	1,153	Nouvelle-Écosse 13
290	280	304	272	246	235	758	Nouveau-Brunswick 14
4,667	4,229	4,690	4,662	4,102	4,393	13,015	Québec 15
8,470	7,640	8,642	8,209	7,731	8,385	25,210	Ontario 16
671	673	790	714	619	620	1,764	Manitoba 17
650	590	729	668	578	550	2,022	Saskatchewan 18
1,925	1,824	1,997	1,941	1,787	1,860	5,386	Alberta 19
2,884	2,834	3,009	2,825	2,762	2,916	7,933	Colombie-Britannique 20
24	28	25	19	18	22	60	Yukon et Territoires du Nord-Ouest 21



**TABLE 6. Wholesale Merchants Inventories, Seasonally Adjusted, by Trade Group**

No.		Inventories Stocks				Change from previous month  Variation du mois précédent	
		March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	March 1995 Mars	February 1995 Février
	<b>Trade Group - Canada</b>	<b>\$ millions</b>					
1	Food, beverage, drug and tobacco products	3,766	3,751	3,730	3,752	0.4	0.6
2	Apparel and dry goods	1,034	1,041	1,056	1,067	-0.7	-1.4
3	Household goods	1,509	1,507	1,482	1,445	0.2	1.7
4	Motor vehicles, parts and accessories	3,902	4,013	3,869	3,776	-2.8	3.7
5	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	2,842	2,802	2,741	2,646	1.4	2.2
6	Lumber and building materials	3,166	3,174	3,094	2,956	-0.3	2.6
7	Farm machinery, equipment and supplies	1,581	1,571	1,585	1,571	0.6	-0.9
8	Other machinery, equipment and supplies	8,181	8,096	8,033	7,985	1.0	0.8
9	Other products	4,310	4,149	4,112	4,046	3.9	0.9
10	<b>Total, all trades</b>	<b>30,291</b>	<b>30,105</b>	<b>29,703</b>	<b>29,244</b>	<b>0.6</b>	<b>1.4</b>

**TABLE 7. Wholesale Merchants Inventories, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group**

No.		Inventories Stocks			
		March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre
	<b>Trade Group - Canada</b>	<b>\$ millions</b>			
1	Food, beverage, drug and tobacco products	3,551	3,628	3,641	3,788
2	Apparel and dry goods	1,006	1,059	1,061	1,017
3	Household goods	1,476	1,464	1,420	1,394
4	Motor vehicles, parts and accessories	4,080	4,243	3,836	3,535
5	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	2,908	2,778	2,709	2,560
6	Lumber and building materials	3,404	3,254	3,040	2,768
7	Farm machinery, equipment and supplies	1,604	1,573	1,540	1,526
8	Other machinery, equipment and supplies	8,150	8,024	7,806	7,772
9	Other products	4,497	4,220	4,086	3,985
10	<b>Total, all trades</b>	<b>30,675</b>	<b>30,242</b>	<b>29,140</b>	<b>28,345</b>

**TABEAU 6. Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce**

Change from previous month Variation du mois précédent		Change from previous year Variation de l'année précédente				N°
January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	
per cent-pourcentage						Groupe de commerce - Canada
-0.6	1.1	12.6	16.1	11.8	13.5	Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac 1
-1.0	3.1	-1.1	-2.3	-0.6	0.5	Vêtements et articles de mercerie 2
2.5	1.5	18.8	17.5	14.1	14.0	Articles ménagers 3
2.5	-0.4	10.9	15.2	10.2	11.5	Véhicules automobiles, pièces et accessoires 4
3.6	1.7	12.2	12.2	11.2	8.8	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage 5
4.7	-0.8	11.6	11.0	6.4	2.8	Bois et matériaux de construction 6
0.9	-5.4	20.3	21.9	25.3	24.7	Machines, matériel et fournitures agricoles 7
0.6	0.8	11.5	11.1	8.2	9.5	Autres machines, matériel et fournitures 8
1.6	1.3	20.5	16.3	15.2	14.8	Produits divers 9
1.6	0.4	13.1	13.3	10.7	10.8	Total, ensemble des commerces 10

**TABEAU 7. Stocks des marchands de gros, non-désaisonnalisés, selon le groupe de commerce**

Change from previous year Variation de l'année précédente				N°
March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	
per cent-pourcentage				Groupe de commerce - Canada
11.5	15.6	11.4	13.9	Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac 1
-3.4	-2.6	-0.4	1.4	Vêtements et articles de mercerie 2
20.0	19.8	15.6	14.0	Articles ménagers 3
11.6	16.5	10.0	8.4	Véhicules automobiles, pièces et accessoires 4
13.6	13.8	12.1	8.2	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage 5
11.4	12.1	7.5	2.5	Bois et matériaux de construction 6
18.0	19.9	23.5	24.7	Machines, matériel et fournitures agricoles 7
11.1	10.9	7.3	9.0	Autres machines, matériel et fournitures 8
22.1	15.6	14.5	13.8	Produits divers 9
13.2	13.6	10.4	10.2	Total, ensemble des commerces 10

**TABLE 8. Wholesale Merchants Inventories, Seasonally Adjusted, by Trade Group, Historical**

No.	Inventories						
	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	September 1994 Septembre
<b>Trade Group - Canada</b>		<b>\$ millions</b>					
1 Food, beverage, drug and tobacco products	3,766	3,751	3,730	3,752	3,711	3,722	3,717
2 Apparel and dry goods	1,034	1,041	1,056	1,067	1,034	1,088	1,090
3 Household goods <sup>1</sup>	1,509	1,507	1,482	1,445	1,424	1,374	1,312
4 Motor vehicles, parts and accessories	3,902	4,013	3,869	3,776	3,793	3,774	3,677
5 Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	2,842	2,802	2,741	2,646	2,601	2,567	2,562
6 Lumber and building materials	3,166	3,174	3,094	2,956	2,979	2,926	2,885
7 Farm machinery, equipment and supplies	1,581	1,571	1,585	1,571	1,659	1,657	1,616
8 Other machinery, equipment and supplies	8,181	8,096	8,033	7,985	7,924	8,081	7,995
9 Other products	4,310	4,149	4,112	4,046	3,994	3,915	3,836
10 Total, all trades	30,291	30,105	29,703	29,244	29,120	29,103	28,691

**TABLE 9. Wholesale Merchants Inventories, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group, Historical**

No.	Inventories						
	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	September 1994 Septembre
<b>Trade Group - Canada</b>		<b>\$ millions</b>					
1 Food, beverage, drug and tobacco products	3,551	3,628	3,641	3,788	3,750	3,817	3,795
2 Apparel and dry goods	1,006	1,059	1,061	1,017	934	1,009	1,101
3 Household goods	1,476	1,464	1,420	1,394	1,419	1,439	1,353
4 Motor vehicles, parts and accessories	4,080	4,243	3,836	3,535	3,501	3,654	3,647
5 Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	2,908	2,778	2,709	2,560	2,502	2,493	2,556
6 Lumber and building materials	3,404	3,254	3,040	2,768	2,736	2,737	2,764
7 Farm machinery, equipment and supplies	1,604	1,573	1,540	1,526	1,572	1,606	1,568
8 Other machinery, equipment and supplies	8,150	8,024	7,806	7,772	7,773	8,082	7,946
9 Other products	4,497	4,220	4,086	3,985	3,979	3,902	3,764
10 Total, all trades	30,675	30,242	29,140	28,345	28,167	28,739	28,495

<sup>1</sup> Prior to October 1993 the household goods trade group was not adjusted for seasonality. Thus the figures prior to October 1993 appearing in this table reflect the unadjusted data.



**TABLEAU 8. Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce, historique**

Stocks						N°
August 1994 Août	July 1994 Juillet	June 1994 Juin	May 1994 Mai	April 1994 Avril	March 1994 Mars	
\$ millions						Groupe de commerce - Canada
3,654	3,588	3,520	3,412	3,411	3,344	Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac 1
1,124	1,086	1,044	1,081	1,061	1,046	Vêtements et articles de mercerie 2
1,290	1,286	1,270	1,245	1,264	1,271	Articles ménagers <sup>1</sup> 3
3,675	3,706	3,626	3,575	3,597	3,518	Véhicules automobiles, pièces et accessoires 4
2,548	2,536	2,533	2,497	2,525	2,534	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage 5
2,898	2,895	2,833	2,887	2,834	2,838	Bois et matériaux de construction 6
1,571	1,522	1,476	1,404	1,362	1,314	Machines, matériel et fournitures agricoles 7
7,997	7,818	7,693	7,693	7,318	7,338	Autres machines, matériel et fournitures 8
3,829	3,813	3,828	3,871	3,735	3,575	Produits divers 9
28,588	28,249	27,823	27,665	27,108	26,778	Total, ensemble des commerces 10

**TABLEAU 9. Stocks des marchands de gros, non-désaisonnalisés, selon le groupe de commerce, historique**

Stocks						N°
August 1994 Août	July 1994 Juillet	June 1994 Juin	May 1994 Mai	April 1994 Avril	March 1994 Mars	
\$ millions						Groupe de commerce - Canada
3,694	3,656	3,546	3,438	3,397	3,185	Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac 1
1,179	1,191	1,113	1,096	1,043	1,041	Vêtements et articles de mercerie 2
1,338	1,328	1,290	1,249	1,242	1,229	Articles ménagers 3
3,608	3,669	3,648	3,740	3,772	3,657	Véhicules automobiles, pièces et accessoires 4
2,569	2,567	2,554	2,589	2,623	2,561	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage 5
2,812	2,900	2,947	3,134	3,098	3,055	Bois et matériaux de construction 6
1,562	1,558	1,529	1,471	1,431	1,359	Machines, matériel et fournitures agricoles 7
8,047	8,031	7,754	7,844	7,439	7,337	Autres machines, matériel et fournitures 8
3,714	3,680	3,748	3,945	3,878	3,683	Produits divers 9
28,524	28,581	28,129	28,506	27,924	27,107	Total, ensemble des commerces 10

<sup>1</sup> Avant octobre 1993, le groupe de commerce des articles ménagers n'était pas ajusté pour les variations saisonnières. Donc, pour la période avant octobre 1993, les chiffres qui apparaissent dans ce tableau représentent des données non-ajustées.

**TABLE 10. Wholesale Merchants, Inventories/Sales Ratio Seasonally Adjusted, by Trade Group**

No.	Inventories/sales ratio Rapport stocks/ventes			
	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre
<b>Trade Group - Canada</b>				
1 Food, beverage, drug and tobacco products	0.78	0.78	0.80	0.78
2 Apparel and dry goods	2.24	2.26	2.27	2.19
3 Household goods	2.32	2.33	2.27	2.21
4 Motor vehicles, parts and accessories	1.65	1.69	1.65	1.50
5 Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1.75	1.76	1.69	1.65
6 Lumber and building materials	1.65	1.62	1.55	1.55
7 Farm machinery, equipment and supplies	2.99	2.99	3.15	3.17
8 Other machinery, equipment and supplies	1.66	1.63	1.65	1.68
9 Other products	1.23	1.18	1.16	1.20
10 Total, all trades	1.45	1.44	1.44	1.42

**TABLE 11. Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Inventories**

No.	Response fraction Fraction de réponse			
	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre
<b>Trade Group - Canada</b>				
1 Food, beverage, drug and tobacco products	77.7	81.6	83.1	88.7
2 Apparel and dry goods	64.3	60.3	61.8	62.1
3 Household goods	84.5	86.4	79.3	79.2
4 Motor vehicles, parts and accessories	83.1	85.1	84.0	84.8
5 Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	77.8	80.8	80.2	84.6
6 Lumber and building materials	71.8	71.7	71.8	73.7
7 Farm machinery, equipment and supplies	74.1	75.8	72.2	78.9
8 Other machinery, equipment and supplies	71.9	78.2	77.9	79.8
9 Other products	65.5	71.0	70.1	73.6
10 Total, all trades	74.2	77.8	77.1	79.8

**TABEAU 10. Marchands de gros, rapport stocks/ventes désaisonnalisé, selon le groupe de commerce**

Inventories/sales ratio Rapport stocks/ventes				N°
March 1994 Mars	February 1994 Février	January 1994 Janvier	December 1993 Décembre	
				<b>Groupe de commerce - Canada</b>
0.72	0.71	0.72	0.70	Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac 1
2.49	2.53	2.43	2.44	Vêtements et articles de mercerie 2
2.16	2.27	2.33	2.22	Articles ménagers 3
1.69	1.71	1.73	1.68	Véhicules automobiles, pièces et accessoires 4
1.86	1.90	1.93	1.91	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage 5
1.70	1.72	1.71	1.60	Bois et matériaux de construction 6
3.12	3.00	2.88	2.46	Machines, matériel et fournitures agricoles 7
1.69	1.74	1.80	1.73	Autres machines, matériel et fournitures 8
1.21	1.26	1.27	1.25	Produits divers 9
1.45	1.48	1.49	1.44	<b>Total, ensemble des commerces 10</b>

**TABEAU 11. Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des stocks**

Coefficient of variation Coefficient de variation				N°
March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	December 1994 Décembre	
				<b>Groupe de commerce - Canada</b>
3.3	3.3	3.1	3.2	Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac 1
5.9	6.8	6.1	9.2	Vêtements et articles de mercerie 2
8.2	8.4	8.1	7.9	Articles ménagers 3
6.8	7.8	8.0	8.1	Véhicules automobiles, pièces et accessoires 4
5.1	4.9	4.8	5.1	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage 5
6.6	6.2	6.1	6.1	Bois et matériaux de construction 6
5.6	5.5	5.5	5.9	Machines, matériel et fournitures agricoles 7
3.7	3.5	3.5	3.9	Autres machines, matériel et fournitures 8
6.0	5.8	5.9	8.7	Produits divers 9
1.9	1.9	1.9	2.2	<b>Total, ensemble des commerces 10</b>



✓ **Identify  
Emerging Trends**

✓ **Define New  
Markets**

✓ **Pinpoint Profit  
Opportunities**

✓ **Dégagez les  
nouvelles tendances**

✓ **Définissez les  
nouveaux marchés**

✓ **Déterminez les  
possibilités de profit**

**1** To safeguard your place in tomorrow's marketplace, you have to be able to anticipate trends today. To do that, you're going to need some insight into the purchasing trends in the Canadian marketplace.

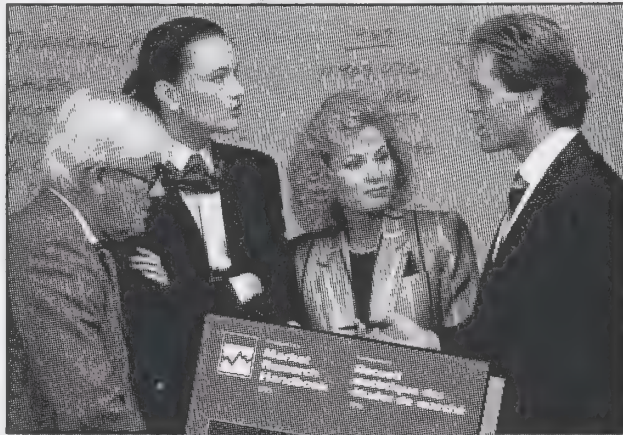
With a complete profile of Canadian consumers, plus an indepth analysis of Canadian industries, the **Market Research Handbook** gives you the most thorough coverage of purchasing trends. This valued bestseller can lead you to new markets by giving you details on:

- ▶ how much money Canadians are earning and what they're spending on cars, rent, home entertainment and household appliances;
  - ▶ the level of sales in retail chain and department stores;
  - ▶ what goods are being traded between Canada, U.S., and other countries;
  - ▶ census data such as: age/sex, schooling, households, unemployment, interprovincial and international migration
- ...and much, much more!

With over 600 pages, the **Handbook** includes more than 200 statistical tables that give you instant access to provincial and national market data. Featured are important economic indicators such as the **Gross Domestic Product**, **Labour Force Productivity**, **Private and Public Investment** and the **Consumer Price Index**.

Order your copy of the **Market Research Handbook** (Catalogue #63-2240XPB) today for only \$110 in Canada plus \$7.70 GST, US\$132 in the United States, and US\$154 in other countries.

**CALL TOLL-FREE 1-800-267-6677 OR FAX (613)951-1584** and use your VISA or MasterCard. **OR MAIL** your order to: Statistics Canada, Marketing Division, Sales and Service, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Regional Office listed in this publication.



**2** Pour maintenir votre place sur le marché de demain, vous devez être en mesure de prévoir les tendances aujourd'hui. Pour ce faire, vous devrez comprendre les habitudes d'achat sur le marché canadien.

Renfermant un profil complet des consommateurs canadiens ainsi qu'une analyse approfondie des industries canadiennes, le **Recueil statistique des études de marché** brosse un tableau exhaustif des habitudes d'achat. Ce précieux best-seller peut vous faire découvrir de nouveaux marchés en vous fournissant les détails suivants :

- ▶ les revenus des Canadiens et leurs dépenses pour la voiture, le loyer, les appareils de divertissement et les appareils ménagers;
  - ▶ le niveau des ventes dans les magasins de détail à succursales et les grands magasins;
  - ▶ les biens échangés entre le Canada, les É.-U. et d'autres pays;
  - ▶ les données du recensement telles que l'âge, le sexe, le niveau de scolarité, les ménages, le chômage, la migration interprovinciale et internationale
- ...et bien plus encore!

Le **Recueil**, contenant plus de 600 pages et au delà de 200 tableaux statistiques, vous permettra d'accéder instantanément aux données provinciales et nationales sur le marché. Il traite d'indicateurs économiques importants tels que le **produit intérieur brut**, la **productivité de la population active**, les **investissements privés et publics** et l'**Indice des prix à la consommation**.

Procurez-vous votre exemplaire du **Recueil statistique des études de marché** (n° 63-2240XPB au catalogue) dès aujourd'hui pour seulement 110 \$ au Canada plus 7,70 \$ de TPS, 132 \$ US aux États-Unis et 154 \$ US dans les autres pays. Commandez votre exemplaire **PAR TÉLÉPHONE EN COMPOSANT SANS FRAIS** le 1-800-267-6677 **OU PAR TÉLÉCOPIEUR** au (613) 951-1584 et utilisez votre carte VISA ou MasterCard, **OU PAR LA POSTE** à l'adresse suivante : Statistique Canada, Division du marketing, Vente et service, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou communiquez avec le bureau régional de Statistique Canada le plus près dont la liste figure dans la présente publication.



# ORDER FORM

Statistics Canada

**MAIL TO:**

Marketing Division  
Publication Sales  
Statistics Canada  
Ottawa, Ontario  
Canada K1A 0T6

(Please print)

**PHONE:**

1-800-267-6677

Charge to VISA or  
MasterCard. Outside  
Canada and the U.S. call  
(613) 951-7277. Please  
do not send confirmation.

**FAX TO:**

(613) 951-1584

VISA, MasterCard and  
Purchase Orders only.  
Please do not send confir-  
mation. A fax will be treated  
as an original order.

**METHOD OF PAYMENT:**

(Check only one)

☐ Please charge my: ☐ VISA ☐ MasterCard

Card Number

Signature

Expiry Date

☐ Payment enclosed \$

Please make cheque or money order payable to the  
Receiver General for Canada - Publications.

☐ Purchase Order Number

(Please enclose)

Authorized Signature

Company

Department

Attention

Title

Address

City

Province

( )

( )

Postal Code

Phone

Fax

Please ensure that all information is completed.

Catalogue  
Number

Title

Date of  
Issue  
or  
Indicate an  
"S" for  
subscriptions

Annual Subscription  
or Book Price

Canada  
\$

United  
States  
US\$

Other  
Countries  
US\$

Quantity

Total  
\$

► Note: Catalogue prices for U.S. and other countries are shown in US dollars.

► GST Registration # R121491807

► Cheque or money order should be made payable to the  
Receiver General for Canada - Publications.

► Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST. Foreign clients pay total amount in US funds  
drawn on a US bank. Prices for US and foreign clients are shown in US dollars.

SUBTOTAL

DISCOUNT  
(if applicable)

GST (7%)  
(Canadian clients only)

GRAND TOTAL

PF 093238

## THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

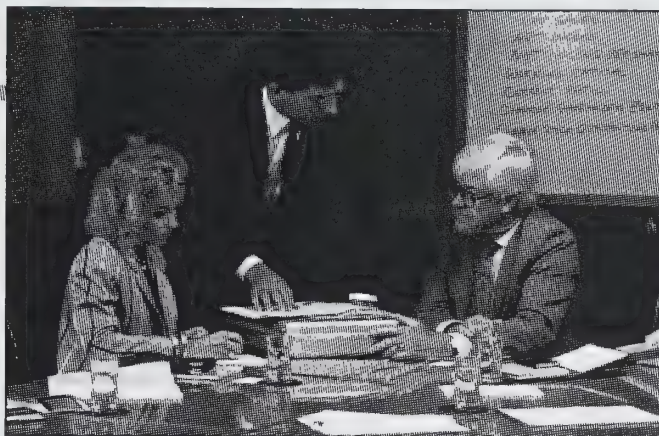
Canada





# Hire our team of researchers for \$56 a year

# Notre équipe de chercheurs est à votre service pour 56 \$ par année



**S**ubscribing to *Perspectives on Labour and Income* is like having a complete research department at your disposal. Solid facts. Unbiased analysis. Reliable statistics.

But *Perspectives* is more than just facts and figures. It offers authoritative insights into complex labour and income issues, analyzing the statistics to bring you simple, clear summaries of labour market and income trends.

Our team of experts brings you the latest labour and income data. Each quarterly issue provides:

- topical articles on current labour and income trends
- more than 50 key labour and income indicators
- a review of ongoing research
- information on new surveys

As a special bonus, twice a year you will also receive *The Labour Market Review*, giving you timely analysis on labour market performance over the previous six months or year.

**And all for only \$56!**

Thousands of Canadian professionals turn to *Perspectives* to discover emerging trends in labour and income and to stay up to date on the latest research findings. As a subscriber, you will get the inside story.

We know you'll find *Perspectives* indispensable. GUARANTEED. If you aren't convinced after reading the first issue, we'll give you a FULL REFUND on all outstanding issues. Order your subscription to *Perspectives* today (Cat. No. 75-0010XPE).

## ORDER NOW!

For only \$56 (plus \$3.92 GST) you will receive the latest labour and income research (4 issues per year). Subscription rates are US\$68 for U.S. customers and US\$80 for customers in other countries.

Fax your VISA or MasterCard order to: (613) 951-1584.

Call toll free: 1-800-267-6677. Or mail to: Statistics Canada, Marketing Division, Sales and Service, 120 Parkdale Ave., Ottawa, Ontario K1A 0T6. Or contact your nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

**S**'abonner à *L'emploi et le revenu en perspective*, c'est disposer d'une division entière de chercheurs à votre service. Des faits solides. Des analyses objectives. Des statistiques fiables.

La publication n'a pas que des faits et des chiffres. Elle offre également des analyses de fond sur des questions complexes touchant l'emploi et le revenu, de façon à fournir des indications claires et précises sur les

tendances actuelles du marché du travail et des revenus.

Notre équipe de spécialistes met à votre disposition des données récentes sur l'emploi et le revenu. Dans chacun des numéros trimestriels, vous trouverez :

- des articles de fond sur l'emploi et le revenu
- plus de 50 indicateurs clés de l'emploi et du revenu
- un aperçu de la recherche en cours
- de l'information sur les nouvelles enquêtes

En prime, vous recevrez le *Bilan du marché du travail* deux fois l'an. Vous disposerez ainsi d'une analyse à jour de la situation du marché du travail pour les six derniers mois ou la dernière année.

**Tout cela pour 56 \$ seulement!**

Des milliers de professionnels au Canada consultent *Perspective* pour connaître les tendances de l'emploi et du revenu, ainsi que les plus récents résultats de recherche. Votre abonnement vous permettra de connaître tous les faits.

Nous savons que *L'emploi et le revenu en perspective* deviendra pour vous un outil indispensable. C'EST GARANTI. Si vous n'êtes pas satisfait après avoir lu le premier numéro, nous vous REMBOURSERONS le montant payé pour les numéros à venir. Abonnez-vous à *Perspective* (n° 75-0010XPF au cat.) dès aujourd'hui.

## ABONNEZ-VOUS DÈS MAINTENANT!

Pour 56 \$ seulement (TPS de 3,92 \$ en sus), vous recevrez les plus récentes recherches sur l'emploi et le revenu (quatre numéros par année). L'abonnement est de 68 \$ US aux États-Unis et de 80 \$ US dans les autres pays. Faites parvenir votre commande par télécopieur (VISA ou MasterCard) au (613) 951-1584, par téléphone (sans frais) au 1-800-267-6677, par courrier à Statistique Canada, Division du marketing, Vente et service, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6. Ou communiquez avec le Centre de consultation de Statistique Canada le plus près. (Voir la liste dans la présente publication).



# CANADA A PORTRAIT

A CELEBRATION  
OF OUR GREAT NATION

# UN PORTRAIT DU CANADA

POUR CÉLÉBRER LA  
GRANDEUR DE NOTRE PAYS

Canada challenges the imagination. Imagine a country where Newfoundlanders live closer to Africans than they do to fellow Canadians in British Columbia. Or a country with an island that has a glacier bigger than Ireland. Imagine a country with two million lakes, and the world's longest coastline – but that shares a border with only one nation.

Statistics Canada has created the 54th edition of **Canada: A Portrait** as a celebration of our great nation. Drawn from Statistics Canada's rich palette of national data, it paints a picture of where we are socially, economically, culturally and politically.

Over 60 unique and beautiful photographs combined with lively text, provide a close-up look at the Canada of today.

Experience this land's remarkable natural regions and diverse human landscape through six chapters entitled: **This Land, The People, The Society, Arts and Leisure, The Economy,** and **Canada in the World.**

Eminent Canadians such as astronaut Roberta Bondar, former hockey star Jean Béliveau, and writer W.O. Mitchell have contributed their personal visions of Canada.

**Canada: A Portrait** is a beautiful illustration of the Canada of today.

Presented in a 30 cm X 23 cm (12 1/4" X 9") format, prestige hardcover, with over 200 pages, **Canada: A Portrait** (Catalogue No. 11-403E) is available in Canada for \$38.00 plus GST, US \$41.95 in the United States, and US \$48.95 in other countries.

To order write **Statistics Canada, Publications Sales, Ottawa, Ontario, K1A 0T6** or contact the nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication. For faster ordering call toll-free **1-800-267-6677** and use your VISA and MasterCard or fax your order to **(613) 951-1584**.

Le Canada est un pays qui défie l'imagination. Imaginez un pays où les Terre-Neuviens vivent plus près des Africains que de leurs compatriotes de la Colombie-Britannique. Un pays où se trouve une île sur laquelle s'étend un glacier plus grand que l'Irlande. Imaginez un pays qui compte 2 millions de lacs et le plus long littoral du monde, et pourtant un seul voisin.

Statistique Canada a créé la 54<sup>e</sup> édition d'**Un portrait du Canada** pour célébrer la grandeur de notre pays. C'est à partir du riche éventail de données nationales de Statistique Canada que l'on a brossé ce tableau de notre situation sociale, économique, culturelle et politique.

Plus de 60 magnifiques photos, mariées à un texte vivant, offrent une vision claire et détaillée de ce qu'est le Canada d'aujourd'hui.

Découvrez les splendides régions naturelles de ce pays, de même que son paysage humain des plus diversifiés, à travers six chapitres intitulés :

**Le territoire, La population, La société, Les arts et les loisirs, L'économie et Le Canada dans le monde.**

D'éminents Canadiens, tels Roberta Bondar, astronaute, Jean Béliveau, ancienne vedette de hockey, et W.O. Mitchell, écrivain, y font part de leur vision personnelle du Canada.

**Un portrait du Canada**... un magnifique ouvrage de collection qui décrit admirablement bien le Canada d'aujourd'hui.

Présenté dans un format de 30 cm sur 23 cm (12,25 po X 9 po), dans une couverture rigide de luxe et en plus de 200 pages, **Un portrait du Canada** (N° 11-403F au catalogue) coûte 38 \$ plus TPS au Canada, 41,95 \$ US aux États-Unis et 48,95 \$ US dans les autres pays.

Pour commander, écrivez à **Statistique Canada, Vente des publications, Ottawa (Ontario), K1A 0T6** ou communiquez avec le Centre régional de consultation de Statistique Canada le plus proche. La liste figure dans la publication. Pour commander plus rapidement, composez sans frais le **1-800-267-6677** et utilisez votre carte VISA ou MasterCard ou télécopiez votre commande au **(613) 951-1584**.





Catalogue 63-008 Monthly

# Wholesale Trade

April 1995

Catalogue 63-008 Mensuel

# Commerce de gros

Avril 1995

Government  
Publications



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada



## Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

## How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Wholesale Trade Section,  
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 Telephone:  
(1-613-951-3541) or to the Statistics Canada  
reference centre in:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montreal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Toll-free access is provided in all provinces and territories, **for users who reside outside the local dialing area** of any of the regional reference centres.

Newfoundland, Labrador,  
Nova Scotia, New Brunswick  
and Prince Edward Island

	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Saskatchewan	1-800-667-7164
Manitoba	1-800-661-7828
Southern Alberta	1-800-882-5616
Alberta and Northwest Territories	1-800-563-7828
British Columbia and Yukon	1-800-663-1551

**Telecommunications Device for the  
Hearing Impaired**

**1-800-363-7629**

## How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Marketing Division, Sales and Service, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)

Facsimile Number (1-613-951-1584)

Toronto Credit Card Only (1-416-973-8018)

**Toll Free Order Only Line (Canada  
and United States)**

**1-800-267-6677**

## Standards of Service to the Public

To maintain quality service to the public, Statistics Canada follows established standards covering statistical products and services, delivery of statistical information, cost-recovered services and service to respondents. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

## Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimés d'ordinateur, microfiches et microfilms et bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolinguage et le système d'extraction de Statistique Canada.

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de gros,  
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 téléphone:  
(1-613-951-3541) ou au centre de consultation de  
Statistique Canada à:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montréal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, **aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador,

Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick  
et Île-du-Prince-Édouard

	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Saskatchewan	1-800-667-7164
Manitoba	1-800-661-7828
Sud de l'Alberta	1-800-882-5616
Alberta et Territoires du Nord-Ouest	1-800-563-7828
Colombie-Britannique et Yukon	1-800-663-1551

**Appareils de télécommunications pour  
les malentendants**

**1-800-363-7629**

## Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Division du marketing, Ventes et Service, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)

Numéro du télécopieur (1-613-951-1584)

Toronto Carte de crédit seulement (1-416-973-8018)

**Numéro sans frais pour commander  
seulement(Canada et États-Unis)**

**1-800-267-6677**

## Normes de service au public

Afin de maintenir la qualité du service au public, Statistique Canada observe des normes établies en matière de produits et de services statistiques, de diffusion d'information statistique, de services à recouvrement des coûts et de services aux répondants. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.



Statistics Canada  
Industry Division  
Retail Trade Section

# Wholesale Trade

April 1995

Statistique Canada  
Division de l'industrie  
Section du commerce de détail

# Commerce de gros

Avril 1995

Published by authority of the Minister  
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1995

All rights reserved. No part of this publication  
may be reproduced, stored in a retrieval system or  
transmitted in any form or by any means, electronic,  
mechanical, photocopying, recording or otherwise  
without prior written permission from Licence  
Services, Marketing Division, Statistics Canada,  
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

July 1995

Price: Canada: \$18.00 per issue,  
\$180.00 annually  
United States: US\$22.00 per issue,  
US\$216.00 annually  
Other Countries: US\$26.00 per issue,  
US\$252.00 annually

Catalogue No. 63-008, Vol. 58, No. 4

ISSN 0380-7894

Ottawa

Publication autorisée par le ministre  
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1995

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de  
transmettre le contenu de la présente publication, sous  
quelque forme ou par quelque moyen que ce soit,  
enregistrement sur support magnétique, reproduction  
électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou  
de l'emmagasiner dans un système de recouvrement,  
sans l'autorisation écrite préalable des Services de  
concession des droits de licence, Division du  
marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario,  
Canada K1A 0T6.

Juillet 1995

Prix : Canada : 18 \$ l'exemplaire,  
180 \$ par année  
États-Unis : 22 \$ US l'exemplaire,  
216 \$ US par année  
Autres pays : 26 \$ US l'exemplaire,  
252 \$ US par année

N° 63-008 au catalogue, vol. 58, n° 4

ISSN 0380-7894

Ottawa

---

## Note of Appreciation

*Canada owes the success of its statistical system to  
a long-standing cooperation involving Statistics  
Canada, the citizens of Canada, its businesses,  
governments and other institutions. Accurate and  
timely statistical information could not be produced  
without their continued cooperation and goodwill.*

---

## Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose  
sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada  
et la population, les entreprises, les administrations  
canadiennes et les autres organismes. Sans cette  
collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible  
de produire des statistiques précises et actuelles.*



## Symbols

The following symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.
- \* The reader is asked to note that the data are either based on a response which falls below the usual standard for publication or have a greater degree of variability than normal associated with them due to list structure changes i.e., birth/death adjustments and classification changes, and should therefore be used with caution.

## NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

## A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Wholesale Trade (Matrix Nos. 0059, 0061, 0648, 0649), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **G. Andrusiak**, Director, Industry Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **L. Murphy**, Acting Chief, Wholesale Trade Section, Distributive Trades, Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



## Signes conventionnels

Les signes suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.
- \* Le lecteur est prié de noter que les données sont fondées sur des réponses qui ne satisfont pas à la norme habituelle exigée pour la publication ou que celles-ci ont une plus grande marge d'inconsistance que l'on devrait normalement obtenir, et ce, à cause de la structure de la liste, c'est-à-dire des ajustements dus aux créations et aux disparitions et des changements dans le classement

## NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

## NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (système canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de gros (matrice nos 0059, 0061, 0648, 0649), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **G. Andrusiak**, directeur, Division de l'industrie
- **R. Lussier**, directeur adjoint, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- **L. Murphy**, chef intérimaire, Section du commerce de gros, Sous-division des commerce de distributions, Division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences - "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 - 1984.



**TABLE OF CONTENTS**

	<b>PAGE</b>
<b>Introduction</b>	<b>iv</b>
<b>Highlights</b>	<b>v</b>
<b>Statistical Tables</b>	
1. Wholesale Merchants Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region	2-3
2. Wholesale Merchants Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region	4-5
3. Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Sales	6-7
4. Wholesale Merchants Inventories, Seasonally Adjusted, by Trade Group	8-9
5. Wholesale Merchants Inventories, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group	8-9
6. Wholesale Merchants Inventories/Sales Ratio, Seasonally Adjusted, by Trade Group	10-11
7. Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Inventories	10-11

**TABLE DES MATIÈRES**

	<b>PAGE</b>
<b>Introduction</b>	<b>iv</b>
<b>Faits saillants</b>	<b>v</b>
<b>Tableaux statistiques</b>	
1. Ventes des marchands de gros, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région	2-3
2. Ventes des marchands de gros, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région	4-5
3. Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des ventes	6-7
4. Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce	8-9
5. Stocks des marchands de gros, non-désaisonnalisés, selon le groupe de commerce	8-9
6. Marchands de gros, rapport stocks/ventes, désaisonné, selon le groupe de commerce	10-11
7. Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des stocks	10-11

## Introduction

This publication presents estimates of monthly sales of wholesale merchant establishments for Canada, each province and territory. In addition to total sales, sales and inventories, as well as inventories to sales ratios appear for major trade groups based on the 1980 Standard Industrial Classification.

Sales figures are on a net basis (gross sales less returns, adjustments and discounts) whether on cash or credit, and exclude any taxes collected. Also included are commissions earned by wholesalers also acting as agents, while the sales of goods owned by others are excluded.

Inventory figures are the value of the goods owned and held for resale. Included are any inventory in transit or on consignment. Excluded are goods owned and held in inventory abroad, and inventories held on consignment from others.

The estimates contained in this publication are derived from a redesigned monthly survey which incorporates a revised list of wholesale businesses. For a more detailed discussion of the new survey methodology see Appendix II in the January issue.

Establishments in wholesale trade are primarily engaged in selling merchandise to retailers, to industrial, commercial, institutional and professional users, to farmers for use in farm production, and for export; or acting as agents or brokers in buying or selling merchandise to such persons or organizations on a commission basis.

However sales to end-users of certain commodities (usually capital or investment goods) such as computer equipment, feed, seed or other farm supplies, lumber and building materials, trucks and commercial vehicles, and all types of machinery and equipment, are always classified to wholesale trade. A complete review of definitions and concepts appears in Appendix I, in the January issue.

Users should note that each month, unless otherwise indicated, this publication will contain preliminary estimates for the current month and revised estimates for the preceding month for the unadjusted series. The estimates of the seasonally adjusted series are revised for the preceding three months.

## Introduction

La présente publication donne des estimations des ventes mensuelles des établissements de commerce de gros pour le Canada ainsi que pour chaque province et territoire. En plus des ventes totales, elle contient des données ventilées pour les ventes et les stocks, ainsi que les rapports entre les stocks et les ventes, selon les grands groupes de commerce établis par la Classification type des industries de 1980.

Les chiffres concernent les ventes nettes (ventes brutes diminuées des rendus, des rabais et des escomptes), à crédit ou au comptant, sans les taxes perçues. Sont incluses les commissions obtenues par les grossistes faisant aussi fonction d'agents, mais non les ventes de marchandises appartenant à d'autres entreprises.

Les données sur les stocks représentent la valeur des marchandises possédées et détenues pour la revente. Sont inclus tous les stocks en transit ou en consignment. Ne sont pas comptées les marchandises possédées et détenues à l'étranger, ainsi que les stocks détenus en consignment pour les autres.

Les estimations contenues dans la présente publication sont tirées d'une enquête mensuelle remaniée, qui se fonde sur une liste révisée des établissements de commerce de gros. L'appendice II dans le numéro de janvier, traite en détail de la méthodologie employée pour l'enquête.

Les établissements dont l'activité principale est le commerce de gros vendent des marchandises à des détaillants, à d'autres grossistes, à des industriels, à des commerçants, à des établissements publics, à des professionnels, à des agriculteurs s'il s'agit de marchandises destinées à la production agricole, et à d'autres pays; ou encore vendent des marchandises ou en achètent pour le compte d'autrui, à titre d'agents ou de courtiers, moyennant une commission.

Par ailleurs, on attribue toujours au commerce de gros les ventes de certains produits destinés à l'utilisateur final (habituellement les biens d'équipement ou d'investissement), par exemple le matériel informatique, aliments pour animaux, les semences et les autres fournitures agricoles, le bois et les matériaux de construction, les camions et les véhicules commerciaux, et tous les genres de machines et de matériel. L'appendice I dans le numéro de janvier contient l'ensemble des définitions et des concepts.

L'utilisateur devrait noter que la publication renfermera tous les mois, à moins d'indication contraire, les estimations provisoires pour le mois en cours et les estimations révisées du mois précédent pour les séries non désaisonnalisées. Les estimations des séries désaisonnalisées sont révisées pour les trois mois précédents.



## Highlights

- Wholesale trade data now describe two additional trade groups (11 instead of 9). Food wholesalers have been separated from wholesalers of beverages, drugs and tobacco. Food wholesalers account for 19.7% of total wholesale sales, while beverage, drug and tobacco wholesalers account for 6.3%. In general, the food industry is rather immune to changes in the business cycle. Sales are usually a function of demographics and product prices. However, beverage, drug and tobacco sales respond to various market conditions.
- The other machinery, equipment and supplies trade group has been split in two. One component gathers the sales of computer and packaged software wholesalers; it accounts for 7.2% of wholesale sales. The other component is formed by wholesalers of industrial and other machinery, equipment and supplies; it accounts for 15.1% of wholesale sales.

### Wholesale trade April 1995 (Preliminary)

Wholesale merchants' sales fell sharply in April following three months of marginal growth. Inventories rose marginally, bringing the inventory-to-sales ratio to a level last seen in the first half of 1993.

Wholesale merchants' sales fell 2.4% from March, to a seasonally adjusted \$20.3 billion. Nevertheless, sales remained 8.6% higher than a year earlier. In April, wholesale activity tumbled in 7 of the 11 trade groups (accounting for about 75% of sales) and in all regions except the Northwest Territories. Ontario's wholesalers recorded the largest drop (accounting for more than 40% of April's total decline) because of the province's high concentration of industrial activity.

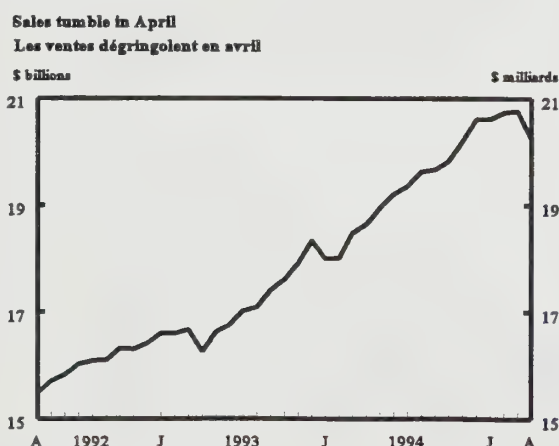
## Faits saillants

- Les données mensuelles sur le commerce de gros sont maintenant produites pour deux groupes de commerce supplémentaires (11 au lieu de 9). Les grossistes en produits alimentaires sont maintenant séparés des grossistes en boissons, médicaments et tabac. Les grossistes en produits alimentaires accaparent 19,7% des ventes totales des grossistes tandis que les grossistes en boissons, médicaments et tabac effectuent 6,3% des ventes totales du secteur. En général, les ventes de produits alimentaires sont peu affectées par l'évolution des cycles économiques; elles sont plutôt tributaires de l'accroissement de la population et des variations de prix. Les ventes de boissons, médicaments et tabac varient en fonction de divers facteurs.
- Le groupe de commerce des autres machines, matériel et fournitures a été scindé en deux composantes: la première regroupe les ventes des grossistes d'ordinateurs et de logiciels, qui représentent 7,2% des ventes totales du commerce de gros. La deuxième composante est formée des grossistes de machines, matériel et fournitures industriels et autres, qui accaparent 15,1% des ventes totales.

### Commerce de gros Avril 1995 (Données provisoires)

Les ventes des marchands de gros ont chuté en avril suite à trois mois de croissance modérée. Le niveau des stocks a augmenté quelque peu, haussant le rapport des stocks aux ventes aux niveaux enregistrés pendant la première moitié de 1993.

En avril, les ventes des marchands de gros ont chuté de 2,4% pour s'établir à un niveau désaisonnalisé de 20,3 milliards\$ comparativement au mois de mars. Le niveau des ventes est demeuré quand même de 8,6% plus élevé que celui d'avril 1994. Dans l'ensemble, l'activité du secteur du commerce de gros a diminué pour sept des 11 groupes de commerce (représentant environ 75% des ventes totales) et pour toutes les régions sauf les Territoires du Nord-Ouest. Les grossistes de l'Ontario ont enregistré la plus forte diminution, (laquelle représente 40% de la baisse totale d'avril) en raison de la très grande concentration industrielle dans cette province.



The largest decline came from wholesalers of lumber and building materials (-\$137 million or -7.4%). This marked the third straight month of sales decreases, which total \$282 million. This group's downturn corresponds to recent events in Canadian housing markets: sales of new homes are down, inventories of new homes have been rising, and the number of new building permits issued have been dropping.

Construction activity in the United States has suffered, and the slowdown south of the border has also contributed to lower Canadian lumber sales. British Columbia's economy has been adversely affected by these developments because a large part of such export sales originate from there.

Wholesalers of automotive products saw sales drop a sharp 5.6% (-\$134 million), the second large decrease in four months. This drop corresponded with poor auto sales since January 1995 in Canada and the United States due to higher prices of new models, higher interest rates and lower consumer confidence.

### Inventories rise slightly

After piling up in January (+1.5%) and February (+1.4%), inventories increased only moderately for two consecutive months, totalling \$30.3 billion in April (+0.4%). April's rise was moderate despite a significant sales drop (-2.4%). This suggests that wholesalers adjusted to the weaker demand in the economy by reducing purchases and drawing on inventories.

Ce sont les grossistes de bois et matériaux de construction qui ont enregistré la plus forte baisse (-137 millions\$ ou -7,4%) en avril. Pour ceux-ci, avril est le troisième mois d'affilée où les ventes diminuent, totalisant une perte de 282 millions\$. Ce bilan fait suite

aux résultats observés dans la construction domiciliaire où non seulement les ventes de maison neuves sont à la baisse, mais où les inventaires de maisons neuves ont augmenté et les nouveaux permis de construction ont diminué.

De plus, l'activité de la construction aux États-Unis a subi des reculs et ce ralentissement, au sud de la frontière, a également

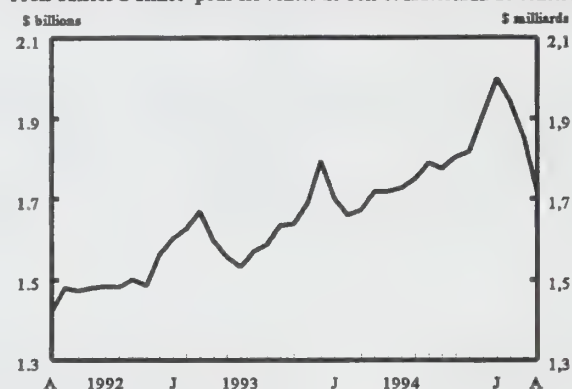
contribué à réduire les ventes canadiennes de bois. Puisqu'une très grande partie des ventes à l'exportation proviennent de la Colombie-Britannique, l'économie de cette dernière a subi les contrecoups des récents événements dans la construction.

Les grossistes de produits de l'automobile ont également vu leurs ventes fortement diminuer en avril, soit de 134 million\$ (-5,6%). Il s'agit de la deuxième baisse importante au cours des quatre derniers mois. Cette situation est attribuable à la pauvre performance des ventes au Canada et aux États-Unis qui prévaut depuis janvier 1995 en raison des prix élevés des nouveaux modèles, des taux d'intérêts élevés et d'un manque de confiance des consommateurs.

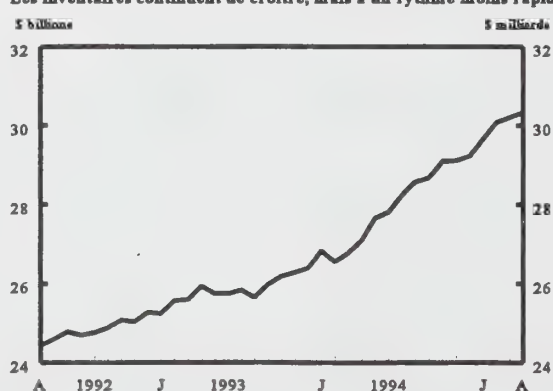
### Le niveau des inventaires continue d'augmenter, mais à un rythme moins rapide

Après avoir progressé en janvier (+1,5%) et en février (+1,4%), les inventaires ont augmenté faiblement durant deux mois consécutifs pour atteindre 30,3 milliards\$ en avril (+0,4%). La hausse d'avril est modérée, malgré une baisse significative des ventes (-2,4%). Cela suggère que les grossistes se sont ajustés à une demande plus faible dans l'économie. Ils ont réduit leurs achats et puisé dans leurs stocks.

**Lumber and building materials are down, down, down**  
**Trois baisses d'affilée pour les ventes de bois et matériaux de construction**



**Inventories continue to rise but at a slower pace**  
**Les inventaires continuent de croître, mais à un rythme moins rapide**



Wholesalers of automotive products and dealers of lumber and building materials experienced large sales decreases, but their inventories rose only marginally. Wholesalers adjusted inventory levels in anticipation of weaker demand because of the slowing U.S. economy, low customer demand and high interest rates.

Les grossistes de produits de l'automobile et les marchands de bois et matériaux de construction ont subi des baisses importantes des ventes alors que leurs inventaires n'ont augmenté que très peu. Les grossistes ont ajusté leurs inventaires, anticipant une faible demande en raison du ralentissement de l'économie américaine, d'une faible demande de la part des consommateurs et des taux d'intérêts élevés.

The inventory-to-sales ratio jumped from 1.45 in March to 1.50 in April. This was due to the moderate rise in inventories and, especially, the significant fall in sales. The ratio has not been this high since the first half of 1993.

Le ratio des inventaires aux ventes est passé de 1,45 en mars à 1,50 en avril à cause d'une hausse modérée des inventaires et plus particulièrement d'une baisse significative des ventes. Un tel ratio n'a pas été observé depuis la première moitié de l'année 1993.





**Statistical Tables**

**Tableaux statistiques**

Table 1.

## Wholesale Merchant Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region

No.	Trade Group	Sales  Ventes				Year-to-date 1995 Cumulatif	Change from previous month  Variation du mois précédent	
		April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier		April 1995 Avril	March 1995 Mars
		millions of dollars - millions de dollars						
	Trade Group - Canada							
1	Food products	3,607	3,723	3,643	3,539	14,513	-3.1	2.2
2	Beverage, drug and tobacco products	1,171	1,167	1,170	1,132	4,640	0.3	-0.2
3	Apparel and dry goods	466	457	456	464	1,842	2.1	0.3
4	Household goods	627	635	638	644	2,544	-1.2	-0.5
5	Motor vehicles, parts and accessories	2,239	2,373	2,347	2,318	9,277	-5.6	1.1
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1,671	1,662	1,571	1,619	6,523	0.5	5.8
7	Lumber and building materials	1,717	1,854	1,942	1,999	7,512	-7.4	-4.5
8	Farm machinery, equipment and supplies	459	510	524	502	1,996	-10.0	-2.7
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	3,018	3,106	3,162	3,107	12,392	-2.8	-1.8
10	Computers and packaged software	1,804	1,795	1,770	1,732	7,100	0.5	1.4
11	Other products	3,479	3,484	3,517	3,563	14,043	-0.1	-0.9
12	Total, all trades	20,257	20,766	20,740	20,619	82,382	-2.4	0.1
	Regions							
13	Newfoundland	191	195	183	165	734	-1.7	6.2
14	Prince Edward Island	40	41	39	42	162	-3.6	6.7
15	Nova Scotia	450	452	430	427	1,760	-0.5	5.2
16	New Brunswick	285	310	283	281	1,159	-7.9	9.7
17	Quebec	4,753	4,793	4,783	4,647	18,976	-0.8	0.2
18	Ontario	8,697	8,910	8,884	8,864	35,355	-2.4	0.3
19	Manitoba	672	676	703	678	2,728	-0.6	-3.9
20	Saskatchewan	744	763	757	722	2,986	-2.4	0.7
21	Alberta	1,863	1,894	1,921	1,981	7,659	-1.7	-1.4
22	British Columbia	2,538	2,709	2,735	2,790	10,772	-6.3	-0.9
23	Yukon	8	9	8	8	34	-11.3	7.9
24	Northwest Territories	14	13	14	15	56	9.5	-6.1



Tableau 1.

## Ventes des marchands de gros, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région

Change from previous month  Variation du mois précédent		Change from previous year  Variation de l'année précédente					Groupe de commerce	N°
February 1995 Février	January 1995 Janvier	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	Year-to-date 1995 Cumulatif		
per cent - pourcentage								
							<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
2.9	-4.3	5.5	5.2	2.8	-1.6	2.9	Produits alimentaires	1
3.3	1.7	3.4	7.7	14.9	10.5	9.0	Boissons, médicaments et tabac	2
-1.8	-4.7	2.1	9.0	7.9	6.2	6.2	Vêtements et articles de mercerie	3
-0.9	-1.8	5.5	7.9	12.7	15.3	10.3	Articles ménagers	4
1.3	-8.0	5.9	13.8	15.5	14.4	12.4	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
-3.0	0.7	19.9	21.7	19.3	26.7	21.8	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
-2.8	4.6	-0.1	10.8	17.0	17.5	11.3	Bois et matériaux de construction	7
4.4	1.5	11.4	21.0	22.1	14.2	17.2	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
1.8	-1.3	6.6	11.0	12.3	11.6	10.4	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
2.2	8.4	17.5	15.3	28.9	28.5	22.2	Ordinateurs et logiciel	10
-1.3	5.4	14.5	18.4	24.3	27.0	20.9	Produits divers	11
0.6	--	8.6	12.4	15.2	14.6	12.7	<b>Total, ensemble des commerces</b>	12
							<b>Régions</b>	
11.4	-10.2	2.2	4.4	6.1	-9.2	0.9	Terre-Neuve	13
-7.3	-7.2	-16.3	-10.4	-10.5	-4.5	-10.6	Île-du-Prince-Édouard	14
0.7	-9.0	12.3	10.5	10.0	3.9	9.1	Nouvelle-Écosse	15
0.7	-4.3	11.2	25.6	22.1	14.7	18.3	Nouveau-Brunswick	16
2.9	-3.0	10.7	12.7	13.2	10.2	11.7	Québec	17
0.2	0.9	12.4	16.4	18.7	19.1	16.6	Ontario	18
3.7	3.1	8.8	7.4	18.2	13.8	11.9	Manitoba	19
4.9	7.3	25.5	28.7	36.5	31.3	30.4	Saskatchewan	20
-3.0	3.1	4.1	5.8	9.6	12.4	8.0	Alberta	21
-2.0	0.8	-6.0	2.5	8.0	10.2	3.5	Colombie-Britannique	22
4.9	-21.6	-14.7	-0.9	-16.7	-21.6	-13.8	Yukon	23
-6.0	2.3	30.4	9.7	26.9	39.5	26.2	Territoires du Nord-Ouest	24

Table 2.

## Wholesale Merchants Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region

No.	Trade Group	Sales				
		Ventes				
		April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	Year-to-date 1995 Cumulatif
		millions of dollars - millions de dollars				
	<b>Trade Group - Canada</b>					
1	Food products	3,483	3,697	3,234	3,243	13,657
2	Beverage, drug and tobacco products	1,082	1,152	1,000	1,014	4,248
3	Apparel and dry goods	409	560	503	404	1,876
4	Household goods	555	619	505	512	2,191
5	Motor vehicles, parts and accessories	2,306	2,779	2,013	1,957	9,055
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1,618	1,696	1,393	1,484	6,191
7	Lumber and building materials	1,684	1,746	1,446	1,455	6,330
8	Farm machinery, equipment and supplies	535	489	358	342	1,725
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	2,801	3,383	2,856	2,863	11,904
10	Computers and packaged software	1,580	2,379	1,643	1,497	7,099
11	Other products	3,479	3,554	3,086	3,101	13,219
12	<b>Total, all trades</b>	<b>19,531</b>	<b>22,054</b>	<b>18,037</b>	<b>17,872</b>	<b>77,494</b>
	<b>Regions</b>					
13	Newfoundland	166	182	147	136	631
14	Prince Edward Island	35	38	32	36	141
15	Nova Scotia	425	449	354	359	1,588
16	New Brunswick	263	297	231	238	1,029
17	Quebec	4,475	5,000	4,133	3,914	17,522
18	Ontario	8,457	9,735	7,801	7,769	33,761
19	Manitoba	653	669	570	536	2,429
20	Saskatchewan	718	731	633	610	2,693
21	Alberta	1,772	1,955	1,667	1,789	7,183
22	British Columbia	2,547	2,974	2,451	2,466	10,439
23	Yukon	8	9	7	7	31
24	Northwest Territories	12	14	11	10	48

Tableau 2.

## Ventes des marchands de gros, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région

Change from previous year					Groupe de commerce	N°
Variation de l'année précédente						
April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	Year-to-date 1995 Cumulatif		
per cent - pourcentage						
					<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
4.2	4.9	3.0	-1.1	2.8	Produits alimentaires	1
1.8	9.6	14.9	11.8	9.2	Boissons, médicaments et tabac	2
0.6	7.3	7.5	10.7	6.5	Vêtements et articles de mercerie	3
1.2	5.8	10.3	16.2	7.8	Articles ménagers	4
2.0	13.4	16.1	16.5	11.4	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
18.6	21.7	18.6	29.1	21.8	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
-2.7	11.5	19.6	21.9	11.1	Bois et matériaux de construction	7
13.7	19.8	25.6	17.8	18.6	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
2.1	11.5	14.8	15.7	10.8	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
13.1	18.0	30.8	30.9	22.1	Ordinateurs et logiciels	10
11.9	17.0	26.8	31.1	20.8	Produits divers	11
6.0	12.6	16.3	16.9	12.6	<b>Total, ensemble des commerces</b>	12
					<b>Régions</b>	
0.7	9.1	3.2	-9.3	1.1	Terre-Neuve	13
-18.9	-8.3	-13.5	-5.3	-11.7	Île-du-Prince-Édouard	14
11.0	12.2	9.0	3.2	9.0	Nouvelle-Écosse	15
7.0	26.6	19.9	15.8	17.1	Nouveau-Brunswick	16
9.1	13.8	15.4	12.7	12.7	Québec	17
9.4	16.1	18.8	21.1	16.0	Ontario	18
5.5	8.0	21.5	12.1	11.1	Manitoba	19
24.2	32.9	44.1	38.7	34.2	Saskatchewan	20
-0.8	5.1	10.6	17.0	7.5	Alberta	21
-7.8	2.0	9.6	12.4	3.3	Colombie-Britannique	22
-11.4	0.3	-17.3	-23.6	-13.1	Yukon	23
35.1	11.1	23.8	34.9	24.3	Territoires du Nord-Ouest	24



Table 3.

## Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Sales

No.	Trade Group	Response Fraction			
		Fraction de réponse			
		April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier
		per cent - pourcentage			
	<b>Trade Group - Canada</b>				
1	Food products	87.9	89.8	89.7	90.6
2	Beverage, drug and tobacco products	78.4	84.6	87.9	89.3
3	Apparel and dry goods	86.2	89.4	86.0	88.3
4	Household goods	93.8	96.2	96.5	95.0
5	Motor vehicles, parts and accessories	89.0	91.0	90.1	89.5
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	82.3	93.9	86.2	93.1
7	Lumber and building materials	88.6	92.3	89.9	88.6
8	Farm machinery, equipment and supplies	80.4	93.1	80.6	78.8
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	81.5	88.0	86.9	84.7
10	Computers and packaged software	70.6	67.3	65.3	67.1
11	Other products	88.5	90.3	91.2	89.9
12	<b>Total, all trades</b>	<b>84.4</b>	<b>87.8</b>	<b>89.2</b>	<b>87.1</b>
	<b>Regions</b>				
13	Newfoundland	87.6	89.3	91.6	91.3
14	Prince Edward Island	86.3	88.2	88.8	88.1
15	Nova Scotia	80.8	84.7	85.6	86.0
16	New Brunswick	80.9	82.6	83.9	81.4
17	Quebec	87.4	88.9	92.6	88.6
18	Ontario	81.6	86.2	86.6	84.9
19	Manitoba	87.2	89.3	91.5	91.0
20	Saskatchewan	86.1	88.5	90.2	84.9
21	Alberta	84.9	88.9	90.2	89.2
22	British Columbia	87.7	91.0	90.9	90.8
23	Yukon	80.0	81.4	84.0	85.9
24	Northwest Territories	75.0	83.2	80.3	79.5

Tableau 3.

## Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des ventes

Coefficient of variation				Groupe de commerce	N°
Coefficient de variation					
April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier		
per cent - pourcentage					
				<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
2.3	2.6	2.4	2.7	Produits alimentaires	1
5.4	6.1	2.7	4.3	Boissons, médicaments et tabac	2
10.1	10.1	7.6	5.2	Vêtements et articles de mercerie	3
7.4	7.5	9.1	8.1	Articles ménagers	4
5.6	6.5	6.3	6.7	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
5.2	4.6	5.1	6.0	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
5.2	5.8	5.0	4.1	Bois et matériaux de construction	7
6.0	5.3	4.1	4.4	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
2.9	2.8	2.8	3.1	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
4.9	3.6	3.8	3.8	Ordinateurs et logiciels	10
3.5	3.5	3.6	3.4	Produits divers	11
1.4	1.4	1.4	1.5	<b>Total, ensemble des commerces</b>	12
				<b>Régions</b>	
4.8	3.9	5.1	4.9	Terre-Neuve	13
2.7	1.8	3.5	3.3	Île-du-Prince-Édouard	14
4.7	4.2	4.3	4.4	Nouvelle-Écosse	15
5.9	5.0	5.4	6.2	Nouveau-Brunswick	16
3.3	3.6	3.0	3.0	Québec	17
2.3	2.4	2.4	2.6	Ontario	18
2.5	3.1	3.1	3.0	Manitoba	19
3.6	3.3	2.7	3.4	Saskatchewan	20
3.0	2.7	3.3	3.6	Alberta	21
3.8	3.5	3.9	3.8	Colombie-Britannique	22
--	2.4	2.2	3.6	Yukon	23
0.2	0.2	0.1	0.1	Territoires du Nord-Ouest	24

Table 4.

## Wholesale Merchants Inventories, Seasonally Adjusted, by Trade Group

No.	Trade Group	Inventories Stocks				Change from previous month Variation du mois précédent	
		April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	April 1995 Avril	March 1995 Mars
		millions of dollars - millions de dollars					
	<b>Trade Group - Canada</b>						
1	Food products	2,348	2,370	2,384	2,387	-1.0	-0.6
2	Beverage, drug and tobacco products	1,406	1,420	1,378	1,343	-1.0	3.0
3	Apparel and dry goods	1,028	1,031	1,041	1,054	-0.3	-1.0
4	Household goods <sup>1</sup>	1,514	1,503	1,508	1,480	0.7	-0.3
5	Motor vehicles, parts and accessories	3,972	3,972	3,995	3,881	--	-0.6
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	2,854	2,878	2,827	2,753	-0.8	1.8
7	Lumber and building materials	3,129	3,116	3,187	3,102	0.4	-2.2
8	Farm machinery, equipment and supplies	1,543	1,543	1,554	1,570	--	-0.7
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	6,464	6,376	6,293	6,253	1.4	1.3
10	Computers and packaged software	1,654	1,681	1,749	1,743	-1.6	-3.9
11	Other products	4,425	4,319	4,167	4,117	2.5	3.6
12	<b>Total, all trades</b>	<b>30,336</b>	<b>30,208</b>	<b>30,084</b>	<b>29,682</b>	<b>0.4</b>	<b>0.4</b>

Table 5.

## Wholesale Merchants Inventories, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group

No.	Trade Group	Inventories Stocks			
		April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier
		millions of dollars - millions de dollars			
	<b>Trade Group - Canada</b>				
1	Food products	2,312	2,246	2,341	2,332
2	Beverage, drug and tobacco products	1,364	1,336	1,287	1,309
3	Apparel and dry goods	991	1,003	1,059	1,061
4	Household goods <sup>1</sup>	1,501	1,464	1,464	1,420
5	Motor vehicles, parts and accessories	4,229	4,166	4,243	3,836
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	2,972	2,931	2,778	2,709
7	Lumber and building materials	3,425	3,345	3,254	3,040
8	Farm machinery, equipment and supplies	1,609	1,582	1,573	1,540
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	6,525	6,429	6,262	6,085
10	Computers and packaged software	1,714	1,651	1,762	1,721
11	Other products	4,672	4,488	4,220	4,086
12	<b>Total, all trades</b>	<b>31,313</b>	<b>30,642</b>	<b>30,242</b>	<b>29,140</b>

<sup>1</sup> The household goods trade group does not contain seasonal variation behaviour. Thus, the figures appearing in this table reflect the unadjusted data.



Tableau 4.

## Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce

Change from previous month Variation du mois précédent		Change from previous year Variation de l'année précédente				Groupe de commerce	N°
February 1995 Février	January 1995 Janvier	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier		
per cent - pourcentage						<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
-0.1	3.0	10.6	9.1	11.8	11.9	Produits alimentaires	1
2.6	-6.4	9.1	21.2	25.4	11.7	Boissons, médicaments et tabac	2
-1.2	-1.2	-3.1	-1.4	-2.3	-0.8	Vêtements et articles de mercerie	3
1.9	2.4	19.8	18.3	17.6	13.9	Articles ménagers <sup>1</sup>	4
2.9	2.8	10.4	12.9	14.6	10.5	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
2.7	4.1	13.0	13.6	13.2	11.7	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
2.7	4.9	10.4	9.8	11.4	6.7	Bois et matériaux de construction	7
-1.0	-	13.3	17.4	20.6	24.1	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
0.6	0.7	15.8	10.0	9.1	7.8	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
0.3	-1.7	-4.7	9.2	15.1	7.2	Ordinateurs et logiciels	10
1.2	1.8	18.5	20.8	16.8	15.3	Produits divers	11
1.4	1.5	11.9	12.8	13.2	10.6	<b>Total, ensemble des commerces</b>	12

Tableau 5.

## Stocks des marchands de gros, non-désaisonnalisés, selon le groupe de commerce

Change from previous year Variation de l'année précédente				Groupe de commerce	N°
April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier		
per cent - pourcentage				<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
7.6	8.1	11.6	11.8	Produits alimentaires	1
9.2	20.7	23.8	10.5	Boissons, médicaments et tabac	2
-5.0	-3.6	-2.6	-0.4	Vêtements et articles de mercerie	3
20.8	19.1	19.8	15.6	Articles ménagers <sup>1</sup>	4
12.1	13.9	16.5	10.0	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
13.3	14.5	13.8	12.1	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
10.6	9.5	12.1	7.5	Bois et matériaux de construction	7
12.5	16.4	19.9	23.5	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
15.9	10.1	9.3	7.3	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
-5.4	10.4	16.9	7.4	Ordinateurs et logiciels	10
20.5	21.9	15.6	14.5	Produits divers	11
12.1	13.0	13.6	10.4	<b>Total, ensemble des commerces</b>	12

<sup>1</sup> Le groupe de commerce des articles ménagers ne compte pas de variation saisonnière. Ainsi, les chiffres qui apparaissent dans ce tableau représentent les données non-ajustées.

Table 6.

## Wholesale Merchants, Inventories/Sales Ratio Seasonally Adjusted, by Trade Group

No.	Trade Group	Inventories/sales ratio Rapport stocks/ventes			
		April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier
	<b>Trade Group - Canada</b>				
1	Food products	0.65	0.64	0.65	0.67
2	Beverage, drug and tobacco products	1.20	1.22	1.18	1.19
3	Apparel and dry goods	2.20	2.26	2.29	2.27
4	Household goods	2.42	2.37	2.36	2.30
5	Motor Vehicles, parts and accessories	1.77	1.67	1.70	1.67
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1.71	1.73	1.80	1.70
7	Lumber and building materials	1.82	1.68	1.64	1.55
8	Farm machinery, equipment and supplies	3.36	3.03	2.96	3.12
9	Non-farm machinery, equipment and supplies	2.14	2.05	1.99	2.01
10	Computers and packaged software	0.92	0.94	0.99	1.01
11	Other products	1.27	1.24	1.18	1.16
12	<b>Total, all trades</b>	<b>1.50</b>	<b>1.45</b>	<b>1.45</b>	<b>1.44</b>

Table 7.

## Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Inventories

No.	Trade Group	Response fraction Fraction de réponse			
		April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier
		per cent - pourcentage			
	<b>Trade Group - Canada</b>				
1	Food products	82.3	83.5	80.8	81.5
2	Beverage, drug and tobacco products	79.7	85.5	82.7	85.7
3	Apparel and dry goods	61.3	66.1	60.3	61.8
4	Household goods	88.3	86.5	86.4	79.3
5	Motor Vehicles, parts and accessories	84.3	83.9	85.1	84.0
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	76.2	84.1	80.8	80.2
7	Lumber and building materials	74.4	75.4	71.7	71.8
8	Farm machinery, equipment and supplies	77.0	79.7	75.8	72.2
9	Non- machinery, equipment and supplies	73.1	78.8	80.0	79.7
10	Computers and packaged software	77.7	71.9	71.5	73.2
11	Other products	69.2	71.3	71.0	70.1
12	<b>Total, all trades</b>	<b>76.3</b>	<b>78.8</b>	<b>77.8</b>	<b>77.1</b>

Tableau 6.

## Marchands de gros, rapport stocks/ventes désaisonnalisés, selon le groupe de commerce

Inventories/sales ratio Rapport stocks/ventes				Groupe de commerce	N°
April 1994 Avril	March 1994 Mars	February 1994 Février	January 1994 Janvier		
				<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
0.62	0.61	0.60	0.59	Produits alimentaires	1
1.14	1.08	1.08	1.17	Boissons, médicaments et tabac	2
2.32	2.49	2.53	2.43	Vêtements et articles de mercerie	3
2.13	2.16	2.27	2.33	Articles ménagers	4
1.70	1.69	1.71	1.73	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
1.81	1.86	1.90	1.93	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
1.65	1.70	1.72	1.71	Bois et matériaux de construction	7
3.30	3.12	3.00	2.88	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
1.97	2.07	2.05	2.08	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
1.13	0.99	1.11	1.21	Ordinateurs et logiciels	10
1.23	1.21	1.26	1.27	Produits divers	11
<b>1.45</b>	<b>1.45</b>	<b>1.48</b>	<b>1.49</b>	<b>Total, ensemble des commerces</b>	<b>12</b>

Tableau 7.

## Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des stocks

Coefficient of variation Coefficient de variation				Groupe de commerce	N°
April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier		
per cent - pourcentage					
				<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
3.3	3.5	3.5	3.4	Produits alimentaires,	1
6.4	7.0	6.1	5.4	Boissons, médicaments et tabac	2
6.8	6.6	6.8	6.1	Vêtements et articles de mercerie	3
7.3	7.6	8.4	8.1	Articles ménagers	4
5.8	6.4	7.8	8.0	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
4.8	5.0	4.9	4.8	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
6.7	6.7	6.2	6.1	Bois et matériaux de construction	7
5.8	5.9	5.5	5.5	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
3.2	3.4	3.3	3.3	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
3.5	5.0	4.8	5.3	Ordinateurs et logiciels	10
5.6	5.8	5.8	5.9	Produits divers	11
<b>1.9</b>	<b>1.8</b>	<b>1.9</b>	<b>1.9</b>	<b>Total, ensemble des commerces</b>	<b>12</b>



## ✓ Identify Emerging Trends

## ✓ Define New Markets

## ✓ Pinpoint Profit Opportunities

## ✓ Dégagez les nouvelles tendances

## ✓ Définissez les nouveaux marchés

## ✓ Déterminez les possibilités de profit

**1** o safeguard your place in tomorrow's marketplace, you have to be able to anticipate trends today. To do that, you're going to need some insight into the purchasing trends in the Canadian marketplace.

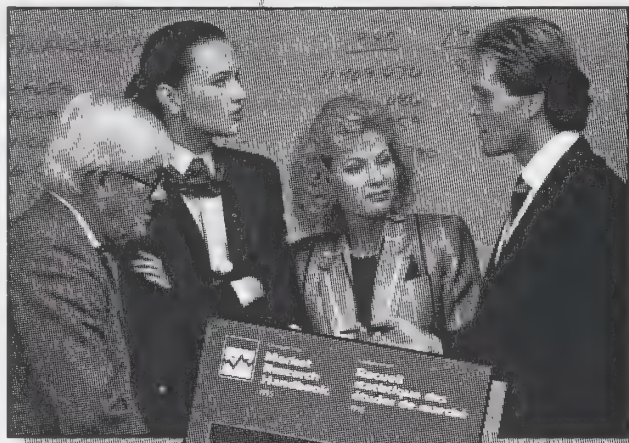
With a complete profile of Canadian consumers, plus an indepth analysis of Canadian industries, the *Market Research Handbook* gives you the most thorough coverage of purchasing trends. This valued bestseller can lead you to new markets by giving you details on:

- ▶ how much money Canadians are earning and what they're spending on cars, rent, home entertainment and household appliances;
  - ▶ the level of sales in retail chain and department stores;
  - ▶ what goods are being traded between Canada, U.S., and other countries;
  - ▶ census data such as: age/sex, schooling, households, unemployment, interprovincial and international migration
- ...and much, much more!

With over 600 pages, the *Handbook* includes more than 200 statistical tables that give you instant access to provincial and national market data. Featured are important economic indicators such as the **Gross Domestic Product**, **Labour Force Productivity**, **Private and Public Investment** and the **Consumer Price Index**.

Order your copy of the *Market Research Handbook* (Catalogue #63-2240XPB) today for only \$110 in Canada plus \$7.70 GST, US\$132 in the United States, and US\$154 in other countries.

**CALL TOLL-FREE 1-800-267-6677 OR FAX (613)951-1584** and use your VISA or MasterCard. **OR MAIL** your order to: Statistics Canada, Marketing Division, Sales and Service, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Regional Office listed in this publication.



**P** our maintenir votre place sur le marché de demain, vous devez être en mesure de prévoir les tendances aujourd'hui. Pour ce faire, vous devrez comprendre les habitudes d'achat sur le marché canadien.

Renfermant un profil complet des consommateurs canadiens ainsi qu'une analyse approfondie des industries canadiennes, le *Recueil statistique des études de marché* brosse un tableau exhaustif des habitudes d'achat. Ce précieux best-seller peut vous faire découvrir de nouveaux marchés en vous fournissant les détails suivants :

- ▶ les revenus des Canadiens et leurs dépenses pour la voiture, le loyer, les appareils de divertissement et les appareils ménagers;
  - ▶ le niveau des ventes dans les magasins de détail à succursales et les grands magasins;
  - ▶ les biens échangés entre le Canada, les É.-U. et d'autres pays;
  - ▶ les données du recensement telles que l'âge, le sexe, le niveau de scolarité, les ménages, le chômage, la migration interprovinciale et internationale
- ...et bien plus encore!

Le *Recueil*, contenant plus de 600 pages et au delà de 200 tableaux statistiques, vous permettra d'accéder instantanément aux données provinciales et nationales sur le marché. Il traite d'indicateurs économiques importants tels que le **produit intérieur brut**, la **productivité de la population active**, les **investissements privés et publics** et l'**Indice des prix à la consommation**.

Procurez-vous votre exemplaire du *Recueil statistique des études de marché* (n° 63-2240XPB au catalogue) dès aujourd'hui pour seulement 110 \$ au Canada plus 7,70 \$ de TPS, 132 \$ US aux États-Unis et 154 \$ US dans les autres pays. Commandez votre exemplaire **PAR TÉLÉPHONE EN COMPOSANT SANS FRAIS** le 1-800-267-6677 **OU PAR TÉLÉCOPIEUR** au (613) 951-1584 et utilisez votre carte VISA ou MasterCard, **OU PAR LA POSTE** à l'adresse suivante : Statistique Canada, Division du marketing, Vente et service, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou communiquez avec le bureau régional de Statistique Canada le plus près dont la liste figure dans la présente publication.





# ORDER FORM

Statistics Canada

**MAIL TO:**

Marketing Division  
Publication Sales  
Statistics Canada  
Ottawa, Ontario  
Canada K1A 0T6

(Please print)

Company

Department

Attention

Title

Address

City

Province

Postal Code

Phone

Fax

Please ensure that **all information** is completed.

**PHONE:**

1-800-267-6677

Charge to VISA or MasterCard. Outside Canada and the U.S. call (613) 951-7277. Please do not send confirmation.

**FAX TO:**

(613) 951-1584

VISA, MasterCard and Purchase Orders only. Please do not send confirmation. A fax will be treated as an original order.

**METHOD OF PAYMENT:**

(Check only one)

☐ Please charge my: ☐ VISA ☐ MasterCard

Card Number

Signature

Expiry Date

☐ Payment enclosed \$

Please make cheque or money order payable to the Receiver General for Canada - Publications.

☐ Purchase Order Number

(Please enclose)

Authorized Signature

Catalogue Number	Title	Date of Issue or Indicate an "S" for subscriptions	Annual Subscription or Book Price			Quantity	Total \$
			Canada \$	United States US\$	Other Countries US\$		

► Note: Catalogue prices for U.S. and other countries are shown in US dollars.

► GST Registration # R121491807

► Cheque or money order should be made payable to the Receiver General for Canada - Publications.

► Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST. Foreign clients pay total amount in US funds drawn on a US bank. Prices for US and foreign clients are shown in US dollars.

SUBTOTAL

DISCOUNT  
(if applicable)

GST (7%)  
(Canadian clients only)

GRAND TOTAL

PF 093238



## THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada



# BON DE COMMANDE

Statistique Canada

ENVOYEZ À:

COMPOSEZ:

TÉLÉCOPIEZ AU:



Division du marketing  
Vente des publications  
Statistique Canada  
Ottawa (Ontario)  
Canada K1A 0T6



1-800-267-6677



(613) 951-1584

Faites débiter votre compte  
VISA ou MasterCard. De  
l'extérieur du Canada et des  
États-Unis, composez le  
(613) 951-7277. Veuillez ne  
pas envoyer de confirmation.

VISA, MasterCard et bon de  
commande seulement.  
Veuillez ne pas envoyer de  
confirmation; le bon télé-  
copié tient lieu de com-  
mande originale.

(Veuillez écrire en caractères d'imprimerie.)

Compagnie

Service

À l'attention de

Fonction

Adresse

Ville

Province

( )

( )

Code postal

Téléphone

Télécopieur

Veuillez vous assurer de remplir le bon au complet.

MODALITÉS DE PAIEMENT:

(Cochez une seule case)

☐ Veuillez débiter mon compte ☐ VISA ☐ MasterCard

N° de carte

Signature

Date d'expiration

☐ Paiement inclus \$

Veuillez faire parvenir votre chèque ou mandat-poste à l'ordre du  
Receveur général du Canada - Publications.

☐ N° du bon de commande

(Veuillez joindre le bon)

Signature de la personne autorisée

Numéro au  
catalogue

Titre

Édition  
demandée  
ou  
Inscrire  
"A" pour les  
abonnements

Abonnement annuel ou  
prix de la publication

Canada  
\$

États-  
Unis  
\$ US

Autres  
pays  
\$ US

Quantité

Total  
\$

▶ Veuillez noter que les prix au catalogue pour les É.-U. et les autres pays sont  
donnés en dollars américains.

▶ TPS N° R121491807

▶ Le chèque ou mandat-poste doit être établi à l'ordre du  
Receveur général du Canada - Publications.

▶ Les clients canadiens paient en dollars canadiens et ajoutent la TPS de 7 %. Les clients à l'étranger  
paient le montant total en dollars US tirés sur une banque américaine.

TOTAL

RÉDUCTION  
(s'il y a lieu)

TPS (7 %)  
(Clients canadiens seulement)

TOTAL GÉNÉRAL

PF 093238

## MERCI DE VOTRE COMMANDE!



Statistique  
Canada

Statistics  
Canada

Canada



# Are you getting your information on the Canadian economy "first-hand"?

Chances are, you spend hours reading several newspapers and a handful of magazines trying to get the whole economic picture – only to spend even more time weeding out fiction from fact! Wouldn't it be a great deal more convenient (and much more effective) to go straight to the source?

Join the thousands of successful Canadian decision-makers who turn to Statistic Canada's *Canadian Economic Observer* for their monthly briefing. Loaded with first-hand information, collectively published nowhere else, CEO is a quick, concise and panoramic overview of the Canadian economy. Its reliability and completeness are without equal.

## A single source

Consultations with our many readers – financial analysts, planners, economists and business leaders – have contributed to CEO's present, widely-acclaimed, two-part format. The **Analysis Section** includes thought-provoking commentary on current economic conditions, issues, trends and developments. The **Statistical Summary** contains the complete range of hard numbers on critical economic indicators: markets, prices, trade, demographics, unemployment and more.

More practical, straightforward and user-friendly than ever before, the *Canadian Economic Observer* gives you more than 150 pages of in-depth information in one indispensable source.

## Why purchase CEO?

As a subscriber, you'll be directly connected to Statistics Canada's economic analysts – names and phone numbers are listed with articles and features. You'll also receive a copy of CEO's annual **Historical Statistical Supplement** – at no additional cost.

So why wait for others to publish Statistics Canada's data second-hand when you can have it straight from the source? Order your subscription to the *Canadian Economic Observer* today.

---

The *Canadian Economic Observer* (catalogue no. 10-2300XPB) is \$220 annually in Canada, US\$260 in the United States and US\$310 in other countries. Highlights of the *Canadian Composite Leading Indicator* (catalogue no. 11F0008XFE) are available by fax – the same day of release – for \$70 annually in Canada and US\$70 in the United States.

To order, write to: Statistics Canada, Marketing Division, Sales and Service, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication. If more convenient, fax your order to 1-613-951-1584 or call toll-free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard.

# Recevez-vous directement vos informations sur l'économie canadienne?

Il est probable que vous passez des heures à lire plusieurs journaux et un paquet de revues pour essayer d'avoir une vue complète de la situation économique, et ensuite passer encore plus de temps à séparer le réel de ce qui ne l'est pas. Ne serait-il pas plus pratique (et beaucoup plus efficace) de remonter directement à la source?

Joignez-vous aux milliers de décideurs canadiens gagnants qui lisent *L'Observateur économique canadien* pour leur séance de rapport mensuelle. Rempli de renseignements disponibles nulle part ailleurs, L'OEC permet d'avoir une vue générale rapide et concise de l'économie canadienne. Il est inégalé par sa fiabilité et son exhaustivité.

## Une seule source

Les consultations que nous avons eues avec nos nombreux lecteurs, des analystes financiers, des planificateurs, des économistes et des chefs d'entreprise, nous ont permis de présenter L'OEC dans son format actuel en deux parties, qui a été bien accueilli. La **section de l'analyse** contient des commentaires qui donnent à réfléchir sur la conjoncture économique, ses problèmes, ses tendances et ses développements. L'**aperçu statistique** contient l'ensemble complet des chiffres réels pour les indicateurs économiques essentiels : les marchés, les prix, le commerce, la démographie, le chômage, et bien d'autres encore.

Plus pratique, plus simple, plus facile à utiliser qu'auparavant, *L'Observateur économique canadien* vous offre plus de 150 pages de renseignements poussés sous une seule couverture.

## Pourquoi acheter L'OEC?

En tant qu'abonné à L'OEC, vous êtes directement relié aux analystes économiques de Statistique Canada : des noms et des numéros de téléphone sont cités dans les articles et les rubriques. Vous recevrez également un exemplaire du **Supplément statistique historique annuel à titre gracieux**.

Pourquoi devez-vous donc attendre que d'autres publient les données de Statistique Canada qu'ils ont reprises alors que vous pouvez les obtenir directement à la source? Abonnez-vous à *L'Observateur économique canadien* dès aujourd'hui.

---

Le prix de l'abonnement annuel à *L'Observateur économique canadien* (n° 10-2300XPB au catalogue) est de 220 \$ au Canada, de 260 \$ US aux États-Unis et de 310 \$ US dans les autres pays. Les faits saillants de l'*Indicateur composite avancé* (n° 11F0008XFF au catalogue) sont offerts par télécopieur – le jour même de leur parution – pour 70 \$ par année au Canada et 70 \$ US aux États-Unis.

Pour commander, écrivez à : Statistique Canada, Division du marketing, Vente et service, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou adressez-vous au Centre de consultation de Statistique Canada le plus proche de chez vous et dont la liste figure dans cette publication. Si vous le préférez, vous pouvez envoyer votre commande par télécopieur au 1-613-951-1584, ou téléphoner sans frais au 1-800-267-6677 et utiliser votre carte VISA ou MasterCard.

# CANADA A PORTRAIT

A CELEBRATION  
OF OUR GREAT NATION

# UN PORTRAIT DU CANADA

POUR CÉLÉBRER LA  
GRANDEUR DE NOTRE PAYS

Canada challenges the imagination. Imagine a country where Newfoundlanders live closer to Africans than they do to fellow Canadians in British Columbia. Or a country with an island that has a glacier bigger than Ireland. Imagine a country with two million lakes, and the world's longest coastline – but that shares a border with only one nation.

Statistics Canada has created the 54th edition of **Canada: A Portrait** as a celebration of our great nation. Drawn from Statistics Canada's rich palette of national data, it paints a picture of where we are socially, economically, culturally and politically.

Over 60 unique and beautiful photographs combined with lively text, provide a close-up look at the Canada of today.

Experience this land's remarkable natural regions and diverse human landscape through six chapters entitled: **This Land, The People, The Society, Arts and Leisure, The Economy, and Canada in the World.**

Eminent Canadians such as astronaut Roberta Bondar, former hockey star Jean Béliveau, and writer W.O. Mitchell have contributed their personal visions of Canada.

**Canada: A Portrait** is a beautiful illustration of the Canada of today.

Presented in a 30 cm X 23 cm (12 1/4" X 9") format, prestige hardcover, with over 200 pages, **Canada: A Portrait** (Catalogue No. 11-403E) is available in Canada for \$38.00 plus GST, US \$41.95 in the United States, and US \$48.95 in other countries.

To order write **Statistics Canada, Publications Sales, Ottawa, Ontario, K1A 0T6** or contact the nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication. For faster ordering call toll-free **1-800-267-6677** and use your VISA and MasterCard or fax your order to **(613) 951-1584**.

Le Canada est un pays qui défie l'imagination. Imaginez un pays où les Terre-Neuviens vivent plus près des Africains que de leurs compatriotes de la Colombie-Britannique. Un pays où se trouve une île sur laquelle s'étend un glacier plus grand que l'Irlande. Imaginez un pays qui compte 2 millions de lacs et le plus long littoral du monde, et pourtant un seul voisin.

Statistique Canada a créé la 54<sup>e</sup> édition d'**Un portrait du Canada** pour célébrer la grandeur de notre pays. C'est à partir du riche éventail de données nationales de Statistique Canada que l'on a brossé ce tableau de notre situation sociale, économique, culturelle et politique.

Plus de 60 magnifiques photos, mariées à un texte vivant, offrent une vision claire et détaillée de ce qu'est le Canada d'aujourd'hui.

Découvrez les splendides régions naturelles de ce pays, de même que son paysage humain des plus diversifiés, à travers six chapitres intitulés :

**Le territoire, La population, La société, Les arts et les loisirs, L'économie et Le Canada dans le monde.**

D'éminents Canadiens, tels Roberta Bondar, astronaute, Jean Béliveau, ancienne vedette de hockey, et W.O. Mitchell, écrivain, y font part de leur vision personnelle du Canada.

**Un portrait du Canada**... un magnifique ouvrage de collection qui décrit admirablement bien le Canada d'aujourd'hui.

Présenté dans un format de 30 cm sur 23 cm (12,25 po X 9 po), dans une couverture rigide de luxe et en plus de 200 pages, **Un portrait du Canada** (N° 11-403F au catalogue) coûte 38 \$ plus TPS au Canada, 41,95 \$ US aux États-Unis et 48,95 \$ US dans les autres pays.

Pour commander, écrivez à **Statistique Canada, Vente des publications, Ottawa (Ontario), K1A 0T6** ou communiquez avec le Centre régional de consultation de Statistique Canada le plus proche. La liste figure dans la publication. Pour commander plus rapidement, composez sans frais le **1-800-267-6677** et utilisez votre carte VISA ou MasterCard ou télécopiez votre commande au **(613) 951-1584**.







Catalogue 63-008 Monthly

# Wholesale Trade

May 1995

Catalogue 63-008 Mensuel

# Commerce de gros

Mai 1995



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada

## Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-out, microfiche and microfilm, and magnetic tape. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

## How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Wholesale Trade Section,  
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 1-613-951-3541) or to the Statistics Canada reference centre in:

Halifax (1-902-426-5331)	Regina (1-306-780-5405)
Montréal (1-514-283-5725)	Edmonton (1-403-495-3027)
Ottawa (1-613-951-8116)	Calgary (1-403-292-6717)
Toronto (1-416-973-6586)	Vancouver (1-604-666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland, Labrador, Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Saskatchewan	1-800-667-7164
Manitoba	1-800-661-7828
Southern Alberta	1-800-882-5616
Alberta and Northwest Territories	1-800-563-7828
British Columbia and Yukon	1-800-663-1551

Telecommunications Device for the Hearing Impaired	1-800-363-7629
Toll Free Order Only Line (Canada and United States)	1-800-267-6677

## How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Marketing Division, Sales and Service, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)  
Facsimile Number (1-613-951-1584)  
Toronto Credit Card Only (1-416-973-8018)

## Standards of Service to the Public

To maintain quality service to the public, Statistics Canada follows established standards covering statistical products and services, delivery of statistical information, cost-recovered services and service to respondents. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

## Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimé d'ordinateur, microfiche et microfilm, et bande magnétique. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doit être adressée au:

Section du commerce de gros,  
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 téléphone: (1-613-951-3541) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

Halifax (1-902-426-5331)	Regina (1-306-780-5405)
Montréal (1-514-283-5725)	Edmonton (1-403-495-3027)
Ottawa (1-613-951-8116)	Calgary (1-403-292-6717)
Toronto (1-416-973-6586)	Vancouver (1-604-666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve, Labrador, Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Saskatchewan	1-800-667-7164
Manitoba	1-800-661-7828
Sud de l'Alberta	1-800-882-5616
Alberta et Territoires du Nord-Ouest	1-800-563-7828
Colombie-Britannique et Yukon	1-800-663-1551

Appareils de télécommunications pour les malentendants	1-800-363-7629
Numéro sans frais pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1-800-267-6677

## Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Division du marketing, Ventes et Service, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)  
Numéro du télécopieur (1-613-951-1584)  
Toronto Carte de crédit seulement (1-416-973-8018)

## Normes de service au public

Afin de maintenir la qualité du service au public, Statistique Canada observe des normes établies en matière de produits et de services statistiques, de diffusion d'information statistique, de services à recouvrement des coûts et de services aux répondants. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.





Statistics Canada  
Industry Division  
Retail Trade Section

# Wholesale Trade

May 1995

Statistique Canada  
Division de l'industrie  
Section du commerce de détail

# Commerce de gros

Mai 1995

Published by authority of the Minister  
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1995

All rights reserved. No part of this publication  
may be reproduced, stored in a retrieval system or  
transmitted in any form or by any means, electronic,  
mechanical, photocopying, recording or otherwise  
without prior written permission from Licence  
Services, Marketing Division, Statistics Canada,  
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

August 1995

Price: Canada: \$18.00 per issue,  
\$180.00 annually  
United States: US\$22.00 per issue,  
US\$216.00 annually  
Other Countries: US\$26.00 per issue,  
US\$252.00 annually

Catalogue No. 63-008, Vol. 58, No. 5

ISSN 0380-7894

Ottawa

Publication autorisée par le ministre  
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1995

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de  
transmettre le contenu de la présente publication, sous  
quelque forme ou par quelque moyen que ce soit,  
enregistrement sur support magnétique, reproduction  
électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou  
de l'emmagasiner dans un système de recouvrement,  
sans l'autorisation écrite préalable des Services de  
concession des droits de licence, Division du  
marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario,  
Canada K1A 0T6.

Août 1995

Prix : Canada : 18 \$ l'exemplaire,  
180 \$ par année  
États-Unis : 22 \$ US l'exemplaire,  
216 \$ US par année  
Autres pays : 26 \$ US l'exemplaire,  
252 \$ US par année

N° 63-008 au catalogue, vol. 58, n° 5

ISSN 0380-7894

Ottawa

---

## Note of Appreciation

*Canada owes the success of its statistical system to  
a long-standing cooperation involving Statistics  
Canada, the citizens of Canada, its businesses,  
governments and other institutions. Accurate and  
timely statistical information could not be produced  
without their continued cooperation and goodwill.*

---

## Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose  
sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada  
et la population, les entreprises, les administrations  
canadiennes et les autres organismes. Sans cette  
collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible  
de produire des statistiques précises et actuelles.*

## Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

### NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

### A NOTE ON CANSIM

The data published in Wholesale Trade (Matrix Nos. 0059, 0061, 0648, 0649) (Catalogue No. 63-008) are also available in machine readable form through CANSIM (Canadian—Socio-Economic Information Management System). Users interested in accessing data via CANSIM should contact one of Statistics Canada's regional centres at the numbers listed on the inside front cover of this publication, or contact the Marketing Division, Statistics Canada, R.H. Coats Building, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

This publication was prepared under the direction of:

- **G. Andrusiak**, Director, Industry Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **M. Marcogliese**, Chief, Wholesale Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **C. Mamay**, Economist, Wholesale Trade section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences — Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 — 1984.



## Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans les publications de Statistique Canada:

- .. chiffres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- valeurs infimes.
- P chiffres provisoires.
- r chiffres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

### NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

### NOTE AU SUJET DE CANSIM

Les données qui sont publiées sur le Commerce de gros (matrice nos 0059, 0061, 0648, 0649) (n° 63-008 au catalogue) peuvent être obtenues sous forme lisible par machine de CANSIM (Système canadien d'information socio-économique). Les utilisateurs voulant obtenir des chiffres par l'intermédiaire de CANSIM peuvent contacter un des centres de consultation de Statistique Canada dont les numéros de téléphone figurent au verso du couvert de cette publication ou en communiquant directement avec la Division du marketing, Statistique Canada, Immeuble R.H. Coats, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **G. Andrusiak**, directeur, division de l'industrie
- **R. Lussier**, directeur adjoint, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **M. Marcogliese**, chef, section du commerce de gros, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **C. Mamay**, économiste, section du commerce de gros, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'«American National Standard for Information Sciences» — «Permanence of Paper for Printed Library Materials», ANSI Z39.48 — 1984.





**TABLE OF CONTENTS****PAGE****Introduction** iv**Highlights** v**Statistical Tables**

1. Wholesale Merchants Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region 2-3

2. Wholesale Merchants Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region 4-5

3. Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Sales 6-7

4. Wholesale Merchants Inventories, Seasonally Adjusted, by Trade Group 8-9

5. Wholesale Merchants Inventories, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group 8-9

6. Wholesale Merchants Inventories/Sales Ratio, Seasonally Adjusted, by Trade Group 10-11

7. Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Inventories 10-11

**TABLE DES MATIÈRES****PAGE****Introduction** iv**Faits saillants** v**Tableaux statistiques**

1. Ventes des marchands de gros, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région 2-3

2. Ventes des marchands de gros, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région 4-5

3. Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des ventes 6-7

4. Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce 8-9

5. Stocks des marchands de gros, non-désaisonnalisés, selon le groupe de commerce 8-9

6. Marchands de gros, rapport stocks/ventes, désaisonné, selon le groupe de commerce 10-11

7. Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des stocks 10-11

## Introduction

This publication presents estimates of monthly sales of wholesale merchant establishments for Canada, each province and territory. In addition to total sales, sales and inventories, as well as inventories to sales ratios appear for major trade groups based on the 1980 Standard Industrial Classification.

Sales figures are on a net basis (gross sales less returns, adjustments and discounts) whether on cash or credit, and exclude any taxes collected. Also included are commissions earned by wholesalers also acting as agents, while the sales of goods owned by others are excluded.

Inventory figures are the value of the goods owned and held for resale. Included are any inventory in transit or on consignment. Excluded are goods owned and held in inventory abroad, and inventories held on consignment from others.

The estimates contained in this publication are derived from a redesigned monthly survey which incorporates a revised list of wholesale businesses. For a more detailed discussion of the new survey methodology see Appendix II in the January issue.

Establishments in wholesale trade are primarily engaged in selling merchandise to retailers, to industrial, commercial, institutional and professional users, to farmers for use in farm production, and for export; or acting as agents or brokers in buying or selling merchandise to such persons or organizations on a commission basis.

However, sales to end-users of certain commodities (usually capital or investment goods) such as computer equipment, feed, seed or other farm supplies, lumber and building materials, trucks and commercial vehicles, and all types of machinery and equipment, are always classified to wholesale trade. A complete review of definitions and concepts appears in Appendix I, in the January issue.

Users should note that each month, unless otherwise indicated, this publication will contain preliminary estimates for the current month and revised estimates for the preceding month for the unadjusted series. The estimates of the seasonally adjusted series are revised for the preceding three months.

## Introduction

La présente publication donne des estimations des ventes mensuelles des établissements de commerce de gros pour le Canada ainsi que pour chaque province et territoire. En plus des ventes totales, elle contient des données ventilées pour les ventes et les stocks, ainsi que les rapports entre les stocks et les ventes, selon les grands groupes de commerce établis par la Classification type des industries de 1980.

Les chiffres concernent les ventes nettes (ventes brutes diminuées des rendus, des rabais et des escomptes), à crédit ou au comptant, sans les taxes perçues. Sont incluses les commissions obtenues par les grossistes faisant aussi fonction d'agents, mais non les ventes de marchandises appartenant à d'autres entreprises.

Les données sur les stocks représentent la valeur des marchandises possédées et détenues pour la revente. Sont inclus tous les stocks en transit ou en consignation. Ne sont pas comptées les marchandises possédées et détenues à l'étranger, ainsi que les stocks détenus en consignation pour les autres.

Les estimations contenues dans la présente publication sont tirées d'une enquête mensuelle remaniée, qui se fonde sur une liste révisée des établissements de commerce de gros. L'appendice II dans le numéro de janvier, traite en détail de la méthodologie employée pour l'enquête.

Les établissements dont l'activité principale est le commerce de gros vendent des marchandises à des détaillants, à d'autres grossistes, à des industriels, à des commerçants, à des établissements publics, à des professionnels, à des agriculteurs s'il s'agit de marchandises destinées à la production agricole, et à d'autres pays; ou encore vendent des marchandises ou en achètent pour le compte d'autrui, à titre d'agents ou de courtiers, moyennant une commission.

Par ailleurs, on attribue toujours au commerce de gros les ventes de certains produits destinés à l'utilisateur final (habituellement les biens d'équipement ou d'investissement), par exemple le matériel informatique, aliments pour animaux, les semences et les autres fournitures agricoles, le bois et les matériaux de construction, les camions et les véhicules commerciaux, et tous les genres de machines et de matériel. L'appendice I dans le numéro de janvier contient l'ensemble des définitions et des concepts.

L'utilisateur devrait noter que la publication renfermera tous les mois, à moins d'indication contraire, les estimations provisoires pour le mois en cours et les estimations révisées du mois précédent pour les séries non désaisonnalisées. Les estimations des séries désaisonnalisées sont révisées pour les trois mois précédents.

## Highlights

Wholesale merchants' sales surged 1.8% in May to \$20.7 billion, following a 2.2% drop in April. May's increase was the biggest jump since last December. Wholesalers have experienced sluggish sales since the beginning of the year.

Wholesalers recorded higher sales in 9 of the 11 trade groups (accounting for about 90% of all sales). Year-over-year sales were 9.1% (\$1.7 billion) above last year's level. Inventory levels increased 0.7% to \$30.5 billion.

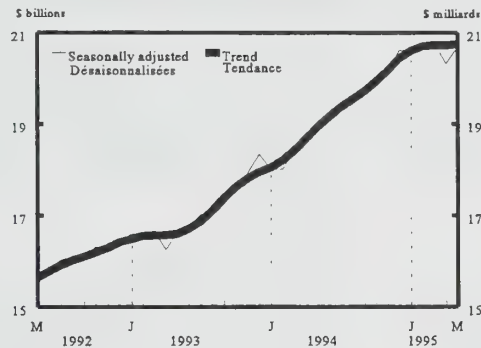
## Faits saillants

Les ventes des marchands de gros grimpent de 1,8% pour s'établir à 20,7 milliards\$ en mai, après avoir enregistré une baisse de 2,2% le mois dernier. Il s'agit de la plus importante hausse depuis décembre dernier, car depuis le début de l'année les ventes ont été très faibles.

Les marchands de gros ont enregistré des ventes supérieures pour 9 des 11 groupes de commerce (représentant environ 90% des ventes totales en mai). Comparativement à l'année dernière, les ventes de mai 1995 sont de 9,1% (1,7 million\$) plus élevées. Par

ailleurs, les inventaires en mai ont augmenté de 0,7%, pour s'établir à 30,5 milliards\$.

Wholesale sales bounced back in May after four months of weak demand.  
Les ventes de mai rebondissent après quatre mois de faible demande.





Wholesalers of lumber and building materials (-0.1%) and apparel (-0.4%) were the only two groups for which sales fell in May. After declines totalling 16% over the previous three months (February, March and April), sales of lumber were almost flat in May. This suggests the possibility of better results in the coming months, especially if interest rates continue to decline.

### Regional trade improved

Wholesalers in most regions performed better in May. (Sales were down in almost every region in April). Only those from Saskatchewan (-2.8%), Newfoundland (-2.1%), Quebec (-0.1%) and the Northwest Territories (-1.7%) experienced declines in May.

Despite the overall increase, wholesalers in the western provinces posted sales that were lower than they were in early 1995. In British Columbia and Alberta, wholesalers experienced their first increase after three consecutive months of shrinking sales. The American economy's slowdown since the beginning of 1995 seems to have had a more negative impact on the performance of wholesalers in these provinces because they are more dependent on exports to the United States.

Ontario's wholesalers recorded a 1.8% increase (+\$155 million) in May. (The increase more than offset the decline in April, which was the first drop in 16 months). Increased sales of computers, industrial equipment and motor vehicles spurred Ontario's wholesalers.

### Inventories rose, but inventories-to-sales ratio declined

Wholesalers' inventories rose for the fifteenth consecutive month in May, up 0.7% to \$30.5 billion. Wholesalers of industrial and other machinery, equipment and supplies posted the most significant increase, up 1.8% or \$116 million from April. In fact, these wholesalers' inventories rose \$867 million or 15.0% since February 1994.

Inventories were 15.0% higher (+\$4.0 billion) than in February 1994, the last time a drop was recorded. During 1994, inventories increased to satisfy growing demand.

Les grossistes de bois et matériaux de construction (-0,1%) et les grossistes de vêtements (-0,4%) sont les deux seuls groupes dont les ventes diminuent en mai. À la suite d'une baisse globale totalisant 16% au cours des 3 derniers mois (février, mars et avril), les ventes de bois en mai demeurent presque inchangées. Ces résultats suggèrent l'avènement de meilleurs résultats à venir, particulièrement si les taux d'intérêt continuent de diminuer.

### Amélioration du commerce régional

Alors qu'en avril, presque toutes les régions affichaient des baisses de leurs ventes, en mai les grossistes de la plupart des régions ont mieux performé. Seuls les grossistes de la Saskatchewan (-2,8%), de Terre-Neuve (-2,1%), du Québec (-0,1%) et des Territoires du Nord-Ouest (-1,7%) affichent des baisses.

En dépit de cette augmentation en mai, les ventes des grossistes des provinces de l'Ouest sont demeurées plus faibles qu'elles ne l'étaient au début de 1995. La Colombie-Britannique et l'Alberta ont affiché une première augmentation après trois mois de baisses consécutives. Le ralentissement de l'économie américaine depuis le début de l'année semble avoir eu un effet négatif sur la performance des grossistes de ces provinces qui sont davantage tributaires des exportations vers les États-Unis.

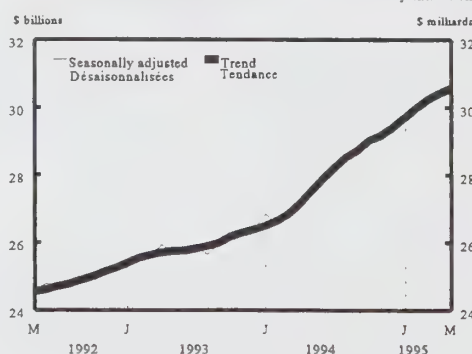
Les grossistes de l'Ontario ont affiché une hausse de 1,8% (ou 155 millions\$) en mai, ce qui a plus que compensé pour le déclin survenu en avril. Cette baisse d'avril constituait la première diminution de leurs ventes depuis 16 mois. Des augmentations des ventes d'ordinateurs, d'équipements industriels et, dans une moindre mesure, de véhicules automobiles ont stimulé les ventes des grossistes de cette province.

### Les inventaires augmentent mais le ratio inventaires/ventes diminue

En mai, les inventaires des grossistes ont progressé pour un quinzième mois consécutif, en hausse de 0,7% pour un total de 30,5 milliards\$. Les grossistes de machines, matériel et fournitures industriels et autres ont enregistré la plus forte augmentation, soit de 1,8% ou de 116 millions\$ comparativement à avril. En fait, depuis février 1994, les inventaires de ces grossistes ont augmenté de 867 millions\$ ou de 15,0%.

Les inventaires sont de 15,0% plus élevés (+4,0 milliards\$) qu'en février 1994, dernière période où on enregistrait un recul. En 1994, les stocks augmentaient afin de satisfaire une demande croissante. Cependant au début de 1995, les inventaires ont progressé en raison d'une demande plus

Wholesale inventory levels continued to rise but at a slower pace.  
Le niveau des inventaires continue de croître mais à un rythme moins rapide.





In early 1995, however, inventory levels jumped because demand unexpectedly weakened. The growth in inventories has been outpacing the growth in sales. Consequently, the inventories-to-sales ratio has been rising. But even though inventories rose 0.7% in May, the inventories-to-sales ratio fell from 1.49 in April to 1.48 in May. This suggests that wholesalers are continuing to monitor their inventory levels in light of sluggish sales.

faible que prévue. Étant donné que la croissance des inventaires a été plus forte que celles des ventes, le ratio inventaires/ventes a donc augmenté. Cependant, bien que les inventaires aient progressé de 0,7% en mai, le ratio a diminué de 1,49 en avril à 1,48 en mai. Ceci suggère que les grossistes continuent de contenir l'augmentation de leurs stocks en raison de ventes plus faibles.



## Statistical Tables

## Tableaux statistiques



Table 1.

## Wholesale Merchant Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region

No.	Trade Group	Sales Ventes				Year-to-date 1995 Cumulatif	Change from previous month Variation du mois précédent	
		May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février		May 1995 Mai	April 1995 Avril
		millions of dollars - millions de dollars						
	Trade Group - Canada							
1	Food products	3,701	3,624	3,723	3,646	18,234	2.1	-2.7
2	Beverage, drug and tobacco products	1,189	1,183	1,169	1,171	5,843	0.5	1.2
3	Apparel and dry goods	449	451	450	454	2,267	-0.4	0.3
4	Household goods	645	627	637	639	3,191	2.9	-1.6
5	Motor vehicles, parts and accessories	2,236	2,224	2,362	2,341	11,481	0.5	-5.8
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1,698	1,660	1,664	1,572	8,212	2.3	-0.3
7	Lumber and building materials	1,678	1,680	1,844	1,937	9,137	-0.1	-8.9
8	Farm machinery, equipment and supplies	486	455	511	524	2,479	6.9	-10.9
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	3,207	3,096	3,135	3,174	15,718	3.6	-1.2
10	Computers and packaged software	1,870	1,814	1,801	1,773	8,990	3.1	0.7
11	Other products	3,533	3,506	3,486	3,519	17,606	0.8	0.6
12	Total, all trades	20,691	20,319	20,780	20,750	103,159	1.8	-2.2
	Regions							
13	Newfoundland	189	193	195	183	924	-2.1	-1.0
14	Prince Edward Island	48	42	42	39	213	15.0	-0.2
15	Nova Scotia	458	444	453	431	2,212	3.0	-1.9
16	New Brunswick	292	285	310	283	1,451	2.4	-8.2
17	Quebec	4,721	4,725	4,783	4,779	23,655	-0.1	-1.2
18	Ontario	8,982	8,827	8,929	8,893	44,495	1.8	-1.1
19	Manitoba	685	669	676	703	3,411	2.3	-1.0
20	Saskatchewan	707	728	752	752	3,661	-2.8	-3.3
21	Alberta	1,895	1,846	1,898	1,924	9,543	2.7	-2.8
22	British Columbia	2,689	2,537	2,720	2,741	13,477	6.0	-6.7
23	Yukon	12	9	9	9	46	33.9	-7.9
24	Northwest Territories	14	14	13	14	70	-1.7	7.1

Tableau 1.

## Ventes des marchands de gros, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région

Change from previous month  Variation du mois précédent		Change from previous year  Variation de l'année précédente					Groupe de commerce	N°
March 1995 Mars	February 1995 Février	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	Year-to-date 1995 Cumulatif		
per cent - pourcentage								
							<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
2.1	3.0	6.0	6.0	5.2	2.9	3.6	Produits alimentaires	1
-0.2	3.4	8.9	4.5	7.9	14.9	9.2	Boissons, médicaments et tabac	2
-0.9	-2.1	-4.0	-1.2	7.2	7.5	2.9	Vêtements et articles de mercerie	3
-0.4	-0.7	5.6	5.4	8.2	12.9	9.4	Articles ménagers	4
0.9	1.0	4.3	5.2	13.3	15.2	10.4	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
5.8	-2.9	17.3	19.1	21.8	19.3	20.7	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
-4.8	-3.1	-2.4	-2.2	10.2	16.7	7.9	Bois et matériaux de construction	7
-2.5	-4.3	16.3	10.4	21.2	22.0	16.8	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
-1.3	2.2	8.7	9.3	12.0	12.7	10.9	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
1.6	2.3	22.8	18.2	15.7	29.1	22.5	Ordinateurs et logiciel	10
-0.9	-1.2	14.2	15.3	18.5	24.3	19.7	Produits divers	11
<b>0.1</b>	<b>0.6</b>	<b>9.1</b>	<b>9.0</b>	<b>12.5</b>	<b>15.2</b>	<b>12.0</b>	<b>Total, ensemble des commerces</b>	<b>12</b>
							<b>Régions</b>	
6.1	11.4	1.1	2.8	4.3	6.1	1.0	Terre-Neuve	13
8.8	-7.1	3.9	-11.6	-8.5	-10.4	-6.2	Île-du-Prince-Édouard	14
5.1	0.9	14.0	10.8	10.6	10.2	9.9	Nouvelle-Écosse	15
9.7	0.7	13.0	10.9	25.7	22.1	17.1	Nouveau-Brunswick	16
0.1	2.8	7.8	10.1	12.5	13.1	10.7	Québec	17
0.4	0.3	13.3	14.1	16.7	18.8	16.3	Ontario	18
-3.8	3.8	12.1	8.4	7.4	18.3	11.9	Manitoba	19
--	4.1	22.7	22.7	27.0	35.5	27.7	Saskatchewan	20
-1.3	-2.9	5.2	3.2	6.0	9.8	7.3	Alberta	21
-0.8	-1.7	-2.1	-6.1	2.9	8.2	2.4	Colombie-Britannique	22
10.1	5.6	47.2	-9.1	1.7	-16.1	-1.8	Yukon	23
-6.2	-6.2	24.7	27.0	9.4	26.7	25.1	Territoires du Nord-Ouest	24

Table 2.

## Wholesale Merchants Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region

No.	Trade Group	Sales				
		Ventes				
		May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	Year-to-date 1995 Cumulatif
		millions of dollars - millions de dollars				
	<b>Trade Group - Canada</b>					
1	Food products	3,872	3,496	3,697	3,234	17,542
2	Beverage, drug and tobacco products	1,218	1,095	1,152	1,000	5,479
3	Apparel and dry goods	376	393	560	503	2,235
4	Household goods	585	549	619	505	2,770
5	Motor vehicles, parts and accessories	2,474	2,288	2,779	2,013	11,512
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1,819	1,599	1,696	1,393	7,991
7	Lumber and building materials	1,986	1,643	1,746	1,446	8,275
8	Farm machinery, equipment and supplies	599	529	489	358	2,317
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	3,333	2,873	3,383	2,856	15,308
10	Computers and packaged software	1,776	1,585	2,379	1,643	8,880
11	Other products	4,176	3,526	3,554	3,086	17,442
12	<b>Total, all trades</b>	<b>22,214</b>	<b>19,575</b>	<b>22,054</b>	<b>18,037</b>	<b>99,751</b>
	<b>Regions</b>					
13	Newfoundland	197	169	182	147	832
14	Prince Edward Island	56	37	38	32	199
15	Nova Scotia	517	416	449	354	2,096
16	New Brunswick	310	262	297	231	1,338
17	Quebec	5,120	4,467	5,000	4,133	22,634
18	Ontario	9,475	8,539	9,735	7,801	43,319
19	Manitoba	814	649	669	570	3,239
20	Saskatchewan	813	712	731	633	3,500
21	Alberta	2,072	1,763	1,955	1,667	9,246
22	British Columbia	2,815	2,539	2,974	2,451	13,245
23	Yukon	12	9	9	7	43
24	Northwest Territories	13	11	14	11	60



Tableau 2.

## Ventes des marchands de gros, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région

Change from previous year					Groupe de commerce	N°
Variation de l'année précédente						
May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	Year-to-date 1995 Cumulatif		
per cent - pourcentage						
					<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
7.3	4.6	4.9	3.0	3.8	Produits alimentaires	1
11.6	3.1	9.6	14.9	10.0	Boissons, médicaments et tabac	2
-1.1	-3.5	7.3	7.5	4.4	Vêtements et articles de mercerie	3
5.3	0.1	5.8	10.3	7.0	Articles ménagers	4
6.1	1.2	13.4	16.1	10.1	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
19.5	17.2	21.7	18.6	21.0	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
-3.1	-5.1	11.5	19.6	6.8	Bois et matériaux de construction	7
17.9	12.5	19.8	25.6	18.1	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
12.2	4.7	11.5	14.8	11.7	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
29.8	13.5	18.0	30.8	23.7	Ordinateurs et logiciels	10
15.8	13.5	17.0	26.8	19.9	Produits divers	11
11.1	6.2	12.6	16.3	12.3	<b>Total, ensemble des commerces</b>	12
					<b>Régions</b>	
6.4	2.8	9.1	3.2	2.8	Terre-Neuve	13
6.3	-15.1	-8.3	-13.5	-6.4	Île-du-Prince-Édouard	14
16.2	8.6	12.2	9.0	10.2	Nouvelle-Écosse	15
14.3	6.7	26.6	19.9	16.4	Nouveau-Brunswick	16
9.8	8.9	13.8	15.4	12.0	Québec	17
15.4	10.5	16.1	18.8	16.1	Ontario	18
14.1	4.9	8.0	21.5	11.7	Manitoba	19
21.7	23.3	32.9	44.1	30.8	Saskatchewan	20
6.7	-1.3	5.1	10.6	7.2	Alberta	21
-0.4	-8.1	2.0	9.6	2.4	Colombie-Britannique	22
42.9	-7.9	0.3	-17.3	-2.0	Yukon	23
17.6	31.7	11.1	23.8	22.2	Territoires du Nord-Ouest	24

Table 3.

## Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Sales

No.	Trade Group	Response Fraction			
		Fraction de réponse			
		May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février
		per cent - pourcentage			
	<b>Trade Group - Canada</b>				
1	Food products	87.2	93.4	89.8	89.7
2	Beverage, drug and tobacco products	89.1	92.5	84.6	87.9
3	Apparel and dry goods	83.1	87.3	89.4	86.0
4	Household goods	94.7	95.8	96.2	96.5
5	Motor vehicles, parts and accessories	91.4	91.6	91.0	90.1
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	75.4	84.4	93.9	86.2
7	Lumber and building materials	84.2	91.8	92.3	89.9
8	Farm machinery, equipment and supplies	80.1	81.0	93.1	80.6
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	82.1	83.5	88.0	86.9
10	Computers and packaged software	62.9	66.8	67.3	65.3
11	Other products	85.8	89.3	90.3	91.2
12	<b>Total, all trades</b>	<b>83.5</b>	<b>87.5</b>	<b>87.8</b>	<b>89.2</b>
	<b>Regions</b>				
13	Newfoundland	88.2	92.4	89.3	91.6
14	Prince Edward Island	88.8	88.0	88.2	88.8
15	Nova Scotia	80.7	86.4	84.7	85.6
16	New Brunswick	77.2	85.5	82.6	83.9
17	Quebec	80.5	88.8	88.9	92.6
18	Ontario	82.4	85.5	86.2	86.6
19	Manitoba	87.8	92.3	89.3	91.5
20	Saskatchewan	89.6	89.7	88.5	90.2
21	Alberta	86.8	89.1	88.9	90.2
22	British Columbia	88.0	89.5	91.0	90.9
23	Yukon	89.5	86.4	79.4	84.0
24	Northwest Territories	73.2	76.8	82.1	80.3

Tableau 3.

## Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des ventes

Coefficient of variation				Groupe de commerce	N°
Coefficient de variation					
May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février		
per cent - pourcentage					
				<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
2.4	2.4	2.6	2.4	Produits alimentaires	1
4.9	4.9	6.1	2.7	Boissons, médicaments et tabac	2
6.2	5.8	10.1	7.6	Vêtements et articles de mercerie	3
9.6	7.5	7.5	9.1	Articles ménagers	4
4.9	5.2	6.5	6.3	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
6.1	5.4	4.6	5.1	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
5.1	5.3	5.8	5.0	Bois et matériaux de construction	7
4.1	4.7	5.3	4.1	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
2.9	2.9	2.8	2.8	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
6.4	4.9	3.6	3.8	Ordinateurs et logiciels	10
3.2	3.6	3.5	3.6	Produits divers	11
1.4	1.4	1.4	1.4	<b>Total, ensemble des commerces</b>	12
				<b>Régions</b>	
4.5	4.8	3.9	5.1	Terre-Neuve	13
5.4	2.6	1.8	3.5	Île-du-Prince-Édouard	14
4.9	4.6	4.2	4.3	Nouvelle-Écosse	15
6.2	5.7	5.0	5.4	Nouveau-Brunswick	16
3.1	3.3	3.6	3.0	Québec	17
2.4	2.2	2.4	2.4	Ontario	18
2.7	2.6	3.1	3.1	Manitoba	19
4.8	4.0	3.3	2.7	Saskatchewan	20
2.8	3.0	2.7	3.3	Alberta	21
3.9	3.8	3.5	3.9	Colombie-Britannique	22
--	--	2.4	2.2	Yukon	23
0.2	0.2	0.2	0.1	Territoires du Nord-Ouest	24



Table 4.

## Wholesale Merchants Inventories, Seasonally Adjusted, by Trade Group

No.	Trade Group	Inventories Stocks				Change from previous month Variation du mois précédent	
		May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	May 1995 Mai	April 1995 Avril
		millions of dollars - millions de dollars					
	<b>Trade Group - Canada</b>						
1	Food products	2,346	2,345	2,368	2,383	--	-1.0
2	Beverage, drug and tobacco products	1,414	1,410	1,420	1,378	0.2	-0.7
3	Apparel and dry goods	1,016	1,022	1,029	1,040	-0.6	-0.7
4	Household goods <sup>1</sup>	1,511	1,507	1,500	1,506	0.2	0.5
5	Motor vehicles, parts and accessories	4,041	3,977	3,984	4,002	1.6	-0.2
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	2,871	2,860	2,878	2,826	0.4	-0.6
7	Lumber and building materials	3,078	3,109	3,107	3,181	-1.0	0.1
8	Farm machinery, equipment and supplies	1,544	1,526	1,542	1,554	1.1	-1.0
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	6,636	6,521	6,392	6,302	1.8	2.0
10	Computers and packaged software	1,623	1,636	1,675	1,745	-0.8	-2.3
11	Other products	4,471	4,422	4,320	4,168	1.1	2.4
12	<b>Total, all trades</b>	<b>30,549</b>	<b>30,335</b>	<b>30,215</b>	<b>30,084</b>	<b>0.7</b>	<b>0.4</b>

Table 5.

## Wholesale Merchants Inventories, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group

No.	Trade Group	Inventories Stocks			
		May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février
		millions of dollars - millions de dollars			
	<b>Trade Group - Canada</b>				
1	Food products	2,367	2,313	2,246	2,341
2	Beverage, drug and tobacco products	1,391	1,371	1,336	1,287
3	Apparel and dry goods	1,020	986	1,003	1,059
4	Household goods <sup>1</sup>	1,513	1,496	1,464	1,464
5	Motor vehicles, parts and accessories	4,268	4,202	4,166	4,243
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	2,985	2,983	2,931	2,778
7	Lumber and building materials	3,327	3,413	3,345	3,254
8	Farm machinery, equipment and supplies	1,607	1,584	1,582	1,573
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	6,731	6,577	6,429	6,262
10	Computers and packaged software	1,706	1,694	1,651	1,762
11	Other products	4,630	4,662	4,488	4,220
12	<b>Total, all trades</b>	<b>31,545</b>	<b>31,280</b>	<b>30,642</b>	<b>30,242</b>

<sup>1</sup> The household goods trade group does not contain seasonal variation behaviour. Thus, the figures appearing in this table reflect the unadjusted data

Tableau 4.

## Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce

Change from previous month Variation du mois précédent		Change from previous year Variation de l'année précédente				Groupe de commerce	N°
March 1995 Mars	February 1995 Février	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février		
per cent - pourcentage							
						<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
-0.6	-0.2	10.5	10.4	9.0	11.8	Produits alimentaires	1
3.1	2.6	9.6	9.5	21.2	25.4	Boissons, médicaments et tabac	2
-1.0	-1.3	-6.0	-3.7	-1.6	-2.5	Vêtements et articles de mercerie	3
-0.4	1.8	21.4	19.2	18.0	17.4	Articles ménagers <sup>1</sup>	4
-0.5	3.1	13.0	10.6	13.3	14.9	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
1.8	2.6	14.9	13.3	13.6	13.1	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
-2.3	2.5	6.6	9.7	9.5	11.2	Bois et matériaux de construction	7
-0.7	-1.0	9.9	12.1	17.4	20.6	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
1.4	0.8	14.6	16.8	10.2	9.2	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
-4.0	0.1	-14.8	-5.7	8.8	14.9	Ordinateurs et logiciels	10
3.6	1.2	15.5	18.4	20.8	16.8	Produits divers	11
0.4	1.4	10.4	11.9	12.8	13.2	Total, ensemble des commerces	12

Tableau 5.

## Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce

Change from previous year Variation de l'année précédente				Groupe de commerce	N°
May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février		
per cent - pourcentage					
				<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
7.2	7.7	8.1	11.6	Produits alimentaires	1
13.1	9.8	20.7	23.8	Boissons, médicaments et tabac	2
-7.0	-5.5	-3.6	-2.6	Vêtements et articles de mercerie	3
21.1	20.4	19.1	19.8	Articles ménagers <sup>1</sup>	4
14.1	11.4	13.9	16.5	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
15.3	13.7	14.5	13.8	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
6.2	10.2	9.5	12.1	Bois et matériaux de construction	7
9.2	10.7	16.4	19.9	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
15.3	16.9	10.1	9.3	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
-15.0	-6.5	10.4	16.9	Ordinateurs et logiciels	10
17.4	20.2	21.9	15.6	Produits divers	11
10.7	12.0	13.0	13.6	Total, ensemble des commerces	12

<sup>1</sup> Le groupe de commerce des articles ménagers ne compte pas de variation saisonnière. Ainsi, les chiffres qui apparaissent dans ce tableau représentent les données non-ajustées.

Table 6.

## Wholesale Merchants, Inventories/Sales Ratio Seasonally Adjusted, by Trade Group

No.	Trade Group	Inventories/sales ratio Rapport stocks/ventes			
		May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février
	<b>Trade Group - Canada</b>				
1	Food products	0.63	0.65	0.64	0.65
2	Beverage, drug and tobacco products	1.19	1.19	1.22	1.18
3	Apparel and dry goods	2.26	2.26	2.29	2.29
4	Household goods	2.34	2.41	2.36	2.36
5	Motor Vehicles, parts and accessories	1.81	1.79	1.69	1.71
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1.69	1.72	1.73	1.80
7	Lumber and building materials	1.83	1.85	1.68	1.64
8	Farm machinery, equipment and supplies	3.17	3.35	3.02	2.96
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	2.07	2.11	2.04	1.99
10	Computers and packaged software	0.87	0.90	0.93	0.98
11	Other products	1.27	1.26	1.24	1.18
12	<b>Total, all trades</b>	<b>1.48</b>	<b>1.49</b>	<b>1.45</b>	<b>1.45</b>

Table 7.

## Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Inventories

No.	Trade Group	Response fraction Fraction de réponse			
		May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février
		per cent - pourcentage			
	<b>Trade Group - Canada</b>				
1	Food products	81.8	85.5	83.5	80.8
2	Beverage, drug and tobacco products	84.3	87.7	85.5	82.7
3	Apparel and dry goods	57.8	62.1	66.1	60.3
4	Household goods	80.1	88.8	86.5	86.4
5	Motor Vehicles, parts and accessories	84.6	85.7	83.9	85.1
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	77.1	79.2	84.1	80.8
7	Lumber and building materials	69.3	76.1	75.4	71.7
8	Farm machinery, equipment and supplies	75.5	78.5	79.7	75.8
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	72.7	72.1	78.8	80.0
10	Computers and packaged software	71.4	71.4	71.9	71.5
11	Other products	63.1	69.9	71.3	71.0
12	<b>Total, all trades</b>	<b>74.1</b>	<b>77.2</b>	<b>78.8</b>	<b>77.8</b>

Tableau 6.

## Marchands de gros, rapport stocks/ventes désaisonnalisés, selon le groupe de commerce

Inventories/sales ratio Rapport stocks/ventes				Groupe de commerce	No
May 1994 Mai	April 1994 Avril	March 1994 Mars	February 1994 Février		
				<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
0.61	0.62	0.61	0.60	Produits alimentaires	1
1.18	1.14	1.08	1.08	Boissons, médicaments et tabac	2
2.31	2.32	2.49	2.53	Vêtements et articles de mercerie	3
2.04	2.13	2.16	2.27	Articles ménagers	4
1.67	1.70	1.69	1.71	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
1.73	1.81	1.86	1.90	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
1.68	1.65	1.70	1.72	Bois et matériaux de construction	7
3.36	3.30	3.12	3.00	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
1.96	1.97	2.07	2.05	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
1.25	1.13	0.99	1.11	Ordinateurs et logiciels	10
1.25	1.23	1.21	1.26	Produits divers	11
1.46	1.45	1.45	1.48	<b>Total, ensemble des commerces</b>	12

Tableau 7.

## Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des stocks

Coefficient of variation Coefficient de variation				Groupe de commerce	No
May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février		
per cent - pourcentage					
				<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
3.5	3.4	3.5	3.5	Produits alimentaires	1
6.5	6.4	7.0	6.1	Boissons, médicaments et tabac	2
6.9	6.8	6.6	6.8	Vêtements et articles de mercerie	3
8.6	7.4	7.6	8.4	Articles ménagers	4
5.9	5.7	6.4	7.8	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
5.1	5.0	5.0	4.9	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
7.2	6.7	6.7	6.2	Bois et matériaux de construction	7
6.0	5.8	5.9	5.5	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
3.4	3.4	3.4	3.3	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
5.2	5.1	4.8	5.3	Ordinateurs et logiciels	10
5.7	5.6	5.8	5.8	Produits divers	11
1.8	1.7	1.8	1.9	<b>Total, ensemble des commerces</b>	12



# Hire our team of researchers for \$56 a year

# Notre équipe de chercheurs est à votre service pour 56 \$ par année



**S**ubscribing to *Perspectives on Labour and Income* is like having a complete research department at your disposal. Solid facts. Unbiased analysis. Reliable statistics.

But *Perspectives* is more than just facts and figures. It offers authoritative insights into complex labour and income issues, analyzing the statistics to bring you simple, clear summaries of labour market and income trends.

Our team of experts brings you the latest labour and income data. Each quarterly issue provides:

- topical articles on current labour and income trends
- more than 50 key labour and income indicators
- a review of ongoing research
- information on new surveys

As a special bonus, twice a year you will also receive *The Labour Market Review*, giving you timely analysis on labour market performance over the previous six months or year.

**And all for only \$56!**

Thousands of Canadian professionals turn to *Perspectives* to discover emerging trends in labour and income and to stay up to date on the latest research findings. As a subscriber, you will get the inside story.

We know you'll find *Perspectives* indispensable. GUARANTEED. If you aren't convinced after reading the first issue, we'll give you a FULL REFUND on all outstanding issues. Order your subscription to *Perspectives* today (Cat. No. 75-0010XPE).

## ORDER NOW!

For only \$56 (plus \$3.92 GST) you will receive the latest labour and income research (4 issues per year). Subscription rates are US\$68 for U.S. customers and US\$80 for customers in other countries. Fax your VISA or MasterCard order to: (613) 951-1584. Call toll free: 1-800-267-6677. Or mail to: Statistics Canada, Marketing Division, Sales and Service, 120 Parkdale Ave., Ottawa, Ontario K1A 0T6. Or contact your nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

**S'**abonner à *L'emploi et le revenu en perspective*, c'est disposer d'une division entière de chercheurs à votre service. Des faits solides. Des analyses objectives. Des statistiques fiables.

La publication n'a pas que des faits et des chiffres. Elle offre également des analyses de fond sur des questions complexes touchant l'emploi et le revenu, de façon à fournir des indications claires et précises sur les

tendances actuelles du marché du travail et des revenus.

Notre équipe de spécialistes met à votre disposition des données récentes sur l'emploi et le revenu. Dans chacun des numéros trimestriels, vous trouverez :

- des articles de fond sur l'emploi et le revenu
- plus de 50 indicateurs clés de l'emploi et du revenu
- un aperçu de la recherche en cours
- de l'information sur les nouvelles enquêtes

En prime, vous recevrez le *Bilan du marché du travail* deux fois l'an. Vous disposerez ainsi d'une analyse à jour de la situation du marché du travail pour les six derniers mois ou la dernière année.

**Tout cela pour 56 \$ seulement!**

Des milliers de professionnels au Canada consultent *Perspective* pour connaître les tendances de l'emploi et du revenu, ainsi que les plus récents résultats de recherche. Votre abonnement vous permettra de connaître tous les faits.

Nous savons que *L'emploi et le revenu en perspective* deviendra pour vous un outil indispensable. C'EST GARANTI. Si vous n'êtes pas satisfait après avoir lu le premier numéro, nous vous REMBOURSERONS le montant payé pour les numéros à venir. Abonnez-vous à *Perspective* (n° 75-0010XPF au cat.) dès aujourd'hui.

## ABONNEZ-VOUS DÈS MAINTENANT!

Pour 56 \$ seulement (TPS de 3,92 \$ en sus), vous recevrez les plus récentes recherches sur l'emploi et le revenu (quatre numéros par année). L'abonnement est de 68 \$ US aux États-Unis et de 80 \$ US dans les autres pays. Faites parvenir votre commande par télécopieur (VISA ou MasterCard) au (613) 951-1584, par téléphone (sans frais) au 1-800-267-6677, par courrier à Statistique Canada, Division du marketing, Vente et service, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6. Ou communiquez avec le Centre de consultation de Statistique Canada le plus près. (Voir la liste dans la présente publication).





# Canada

✓ **Identify  
Emerging Trends**

✓ **Define New  
Markets**

✓ **Pinpoint Profit  
Opportunities**

✓ **Dégagez les  
nouvelles tendances**

✓ **Définissez les  
nouveaux marchés**

✓ **Déterminez les  
possibilités de profit**

**T**o safeguard your place in tomorrow's marketplace, you have to be able to anticipate trends today. To do that, you're going to need some insight into the purchasing trends in the Canadian marketplace.

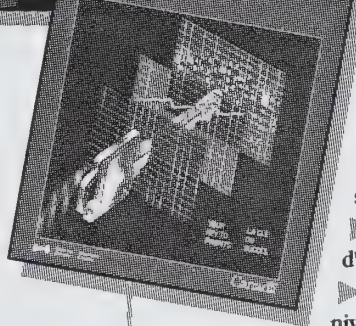
With a complete profile of Canadian consumers, plus an indepth analysis of Canadian industries, the **Market Research Handbook** gives you the most thorough coverage of purchasing trends. This valued bestseller can lead you to new markets by giving you details on:

- ▶ how much money Canadians are earning and what they're spending on cars, rent, home entertainment and household appliances;
  - ▶ the level of sales in retail chain and department stores;
  - ▶ what goods are being traded between Canada, U.S., and other countries;
  - ▶ census data such as: age/sex, schooling, households, unemployment, interprovincial and international migration
- ...and much, much more!

With over 600 pages, the **Handbook** includes more than 200 statistical tables that give you instant access to provincial and national market data. Featured are important economic indicators such as the **Gross Domestic Product**, **Labour Force Productivity**, **Private and Public Investment** and the **Consumer Price Index**.

Order your copy of the **Market Research Handbook** (Catalogue #63-2240XPB) today for only \$110 in Canada plus \$7.70 GST, US\$132 in the United States, and US\$154 in other countries.

**CALL TOLL-FREE 1-800-267-6677 OR FAX (613)951-1584** and use your VISA or MasterCard. **OR MAIL** your order to: Statistics Canada, Marketing Division, Sales and Service, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Regional Office listed in this publication.



**P**our maintenir votre place sur le marché de demain, vous devez être en mesure de prévoir les tendances aujourd'hui. Pour ce faire, vous devrez comprendre les habitudes d'achat sur le marché canadien.

Renfermant un profil complet des consommateurs canadiens ainsi qu'une analyse approfondie des industries canadiennes, le **Recueil statistique des études de marché** brosse un tableau exhaustif des habitudes d'achat. Ce précieux best-seller peut vous faire découvrir de nouveaux marchés en vous fournissant les détails suivants :

- ▶ les revenus des Canadiens et leurs dépenses pour la voiture, le loyer, les appareils de divertissement et les appareils ménagers;
  - ▶ le niveau des ventes dans les magasins de détail à succursales et les grands magasins;
  - ▶ les biens échangés entre le Canada, les É.-U. et d'autres pays;
  - ▶ les données du recensement telles que l'âge, le sexe, le niveau de scolarité, les ménages, le chômage, la migration interprovinciale et internationale
- ...et bien plus encore!

Le **Recueil**, contenant plus de 600 pages et au delà de 200 tableaux statistiques, vous permettra d'accéder instantanément aux données provinciales et nationales sur le marché. Il traite d'indicateurs économiques importants tels que le **produit intérieur brut**, la **productivité de la population active**, les **investissements privés et publics** et l'**Indice des prix à la consommation**.

Procurez-vous votre exemplaire du **Recueil statistique des études de marché** (n° 63-2240XPB au catalogue) dès aujourd'hui pour seulement 110 \$ au Canada plus 7,70 \$ de TPS, 132 \$ US aux États-Unis et 154 \$ US dans les autres pays. Commandez votre exemplaire **PAR TÉLÉPHONE EN COMPOSANT SANS FRAIS** le 1-800-267-6677 **OU PAR TÉLÉCOPIEUR** au (613) 951-1584 et utilisez votre carte VISA ou MasterCard, **OU PAR LA POSTE** à l'adresse suivante : Statistique Canada, Division du marketing, Vente et service, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou communiquez avec le bureau régional de Statistique Canada le plus près dont la liste figure dans la présente publication.



# CANADA A PORTRAIT

A CELEBRATION  
OF OUR GREAT NATION

# UN PORTRAIT DU CANADA

POUR CÉLÉBRER LA  
GRANDEUR DE NOTRE PAYS

Canada challenges the imagination. Imagine a country where Newfoundlanders live closer to Africans than they do to fellow Canadians in British Columbia. Or a country with an island that has a glacier bigger than Ireland. Imagine a country with two million lakes, and the world's longest coastline – but that shares a border with only one nation.

Statistics Canada has created the 54th edition of **Canada: A Portrait** as a celebration of our great nation. Drawn from Statistics Canada's rich palette of national data, it paints a picture of where we are socially, economically, culturally and politically.

Over 60 unique and beautiful photographs combined with lively text, provide a close-up look at the Canada of today.

Experience this land's remarkable natural regions and diverse human landscape through six chapters entitled: **This Land, The People, The Society, Arts and Leisure, The Economy, and Canada in the World.**

Eminent Canadians such as astronaut Roberta Bondar, former hockey star Jean Béliveau, and writer W.O. Mitchell have contributed their personal visions of Canada.

**Canada: A Portrait** is a beautiful illustration of the Canada of today.

Presented in a 30 cm X 23 cm (12 1/4" X 9") format, prestige hardcover, with over 200 pages, **Canada: A Portrait** (Catalogue No. 11-403E) is available in Canada for \$38.00 plus GST, US \$41.95 in the United States, and US \$48.95 in other countries.

To order write **Statistics Canada, Publications Sales, Ottawa, Ontario, K1A 0T6** or contact the nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication. For faster ordering call toll-free **1-800-267-6677** and use your VISA and MasterCard or fax your order to **(613) 951-1584**.

Le Canada est un pays qui défie l'imagination. Imaginez un pays où les Terre-Neuviens vivent plus près des Africains que de leurs compatriotes de la Colombie-Britannique. Un pays où se trouve une île sur laquelle s'étend un glacier plus grand que l'Irlande. Imaginez un pays qui compte 2 millions de lacs et le plus long littoral du monde, et pourtant un seul voisin.

Statistique Canada a créé la 54<sup>e</sup> édition d'**Un portrait du Canada** pour célébrer la grandeur de notre pays. C'est à partir du riche éventail de données nationales de Statistique Canada que l'on a brossé ce tableau de notre situation sociale, économique, culturelle et politique.

Plus de 60 magnifiques photos, mariées à un texte vivant, offrent une vision claire et détaillée de ce qu'est le Canada d'aujourd'hui.

Découvrez les splendides régions naturelles de ce pays, de même que son paysage humain des plus diversifiés, à travers six chapitres intitulés : **Le territoire, La population, La société, Les arts et les loisirs, L'économie et Le Canada dans le monde.**

D'éminents Canadiens, tels Roberta Bondar, astronaute, Jean Béliveau, ancienne vedette de hockey, et W.O. Mitchell, écrivain, y font part de leur vision personnelle du Canada.

**Un portrait du Canada...** un magnifique ouvrage de collection qui décrit admirablement bien le Canada d'aujourd'hui.

Présenté dans un format de 30 cm sur 23 cm (12,25 po X 9 po), dans une couverture rigide de luxe et en plus de 200 pages, **Un portrait du Canada** (N° 11-403F au catalogue) coûte 38 \$ plus TPS au Canada, 41,95 \$ US aux États-Unis et 48,95 \$ US dans les autres pays.

Pour commander, écrivez à **Statistique Canada, Vente des publications, Ottawa (Ontario), K1A 0T6** ou communiquez avec le Centre régional de consultation de Statistique Canada le plus proche. La liste figure dans la publication. Pour commander plus rapidement, composez sans frais le **1-800-267-6677** et utilisez votre carte VISA ou MasterCard ou télécopiez votre commande au **(613) 951-1584**.





Catalogue 63-008 Monthly

# Wholesale Trade

June 1995

Catalogue 63-008 Mensuel

# Commerce de gros

Juin 1995



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada



## Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

## How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Wholesale Trade Section,  
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 Telephone:  
(1-613-951-3541) or to the Statistics Canada  
reference centre in:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montreal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Toll-free access is provided in all provinces and territories, **for users who reside outside the local dialing area** of any of the regional reference centres.

Newfoundland, Labrador,  
Nova Scotia, New Brunswick  
and Prince Edward Island

1-800-565-7192  
1-800-361-2831  
1-800-263-1136  
1-800-667-7164  
1-800-661-7828  
1-800-882-5616  
1-800-563-7828  
1-800-663-1551

**Telecommunications Device for the  
Hearing Impaired**

**1-800-363-7629**

## How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Marketing Division, Sales and Service, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)  
Facsimile Number (1-613-951-1584)  
Toronto Credit Card Only (1-416-973-8018)

**Toll Free Order Only Line (Canada  
and United States)**

**1-800-267-6677**

## Standards of Service to the Public

To maintain quality service to the public, Statistics Canada follows established standards covering statistical products and services, delivery of statistical information, cost-recovered services and service to respondents. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

## Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimés d'ordinateur, microfiches et microfilms et bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolinguistique et le système d'extraction de Statistique Canada.

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de gros,  
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 téléphone:  
(1-613-951-3541) ou au centre de consultation de  
Statistique Canada à:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montréal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, **aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador,  
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick  
et Île-du-Prince-Édouard

1-800-565-7192  
1-800-361-2831  
1-800-263-1136  
1-800-667-7164  
1-800-661-7828  
1-800-882-5616  
1-800-563-7828  
1-800-663-1551

**Appareils de télécommunications pour  
les malentendants**

**1-800-363-7629**

## Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Division du marketing, Ventes et Service, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)  
Numéro du télécopieur (1-613-951-1584)  
Toronto Carte de crédit seulement (1-416-973-8018)

**Numéro sans frais pour commander  
seulement(Canada et États-Unis)**

**1-800-267-6677**

## Normes de service au public

Afin de maintenir la qualité du service au public, Statistique Canada observe des normes établies en matière de produits et de services statistiques, de diffusion d'information statistique, de services à recouvrement des coûts et de services aux répondants. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.

## Erratum to Catalogue No. 63-008 for June 1995

### Highlights

Similar to their counterparts in manufacturing, wholesale merchants have experienced weakening sales and escalating inventories since the beginning of the year.

Mirroring what manufacturers have experienced since early 1995, wholesalers have also been hit by the economic slowdown. Despite some monthly fluctuations (including a small 0.1% increase in June), sales by wholesale merchants were 2.3% (\$481 million) below the peak attained in February 1995. This contrasted with the 24.8% increase (\$4.1 billion) in monthly sales experienced between May 1993 and February 1995, when most sectors of the economy registered robust growth.

The recent slowdown has been further complicated by escalating inventory levels held by wholesale merchants. Stocks were at a record high in June and the inventories-to-sales ratio was at its highest level in two years.

In June, wholesale merchants' sales were up slightly, 0.1% to \$20.3 billion. Wholesalers recorded higher sales in 6 of the 11 trade groups (accounting for about 55% of all sales). The largest increase was registered by wholesalers of other products (pulp, paper and other paper products, agricultural and industrial chemicals, etc.), up 2.1% or \$75 million. Partly offsetting this increase were wholesalers of industrial machinery, equipment and supplies who recorded the strongest decrease (-1.7% or \$55 million). Overall, year-over-year sales were up 5.5%, about \$1 billion above last year's level.

## Erratum pour le catalogue no. 63-008, juin 1995

### Faits saillants

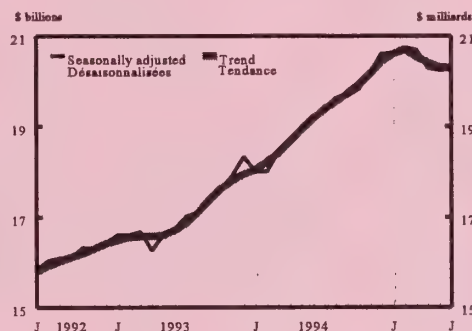
Comme leur équivalents du secteur manufacturiers, les marchands de gros enregistrent de faibles ventes et un accroissement de leurs stocks depuis le début de l'année.

Tel qu'observé chez les manufacturiers depuis le début de l'année, les grossistes ont été également frappés par le ralentissement économique. Malgré quelques fluctuations mensuelles incluant la légère hausse de 0,1% en juin, les ventes des marchands de gros sont en baisse de 2,3% (481 millions\$) par rapport au sommet atteint en février dernier. Ceci contraste avec l'augmentation des ventes mensuelles de 24,8% (4,1 milliards\$) observée pour la période de mai 1993 à février 1995 où l'ensemble des secteurs de l'économie enregistraient des

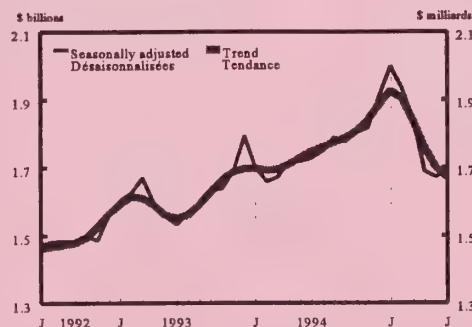
gains importants.

Le récent ralentissement se complique davantage par le fait que les niveaux de stocks détenus par les grossistes sont en hausse. Ceux-ci sont à un niveau jamais atteint auparavant et le ratio stocks/ventes est le plus élevé en deux ans.

Wholesale sales have weakened in 1995 following strong growth in 1993 and 1994  
Les ventes sont faibles en 1995 suite à une forte croissance en 1993 et en 1994



Lumber sales have fallen 15.4% since January  
Les ventes de bois ont chuté de 15,4% depuis janvier



plus importante a été enregistrée chez les grossistes de produits divers (la pâte de bois, le papier et autres produits de papier, les produits chimiques agricoles et industriels, etc.), soit une hausse de 2,1% ou 75 million\$. En contrepartie, les grossistes de machines, matériel et fournitures industriels et autres affichent la plus forte diminution, soit une baisse de 1,7% ou 55 millions\$. Comparativement à juin de l'année dernière, les ventes des marchands de gros dans leur ensemble, ont augmenté de 5,5%, ce qui représente près de 1 milliard\$ de plus.

Les ventes des marchands de gros affichent en juin une légère hausse de 0,1%, pour atteindre 20,3 milliard\$. Les grossistes de 6 des 11 groupes de commerce (représentant environ 55% des ventes totales) ont enregistré des ventes supérieures. L'augmentation la







Statistics Canada  
Industry Division  
Retail Trade Section

# Wholesale Trade

June 1995

Statistique Canada  
Division de l'industrie  
Section du commerce de détail

# Commerce de gros

Juin 1995

Published by authority of the Minister  
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1995

All rights reserved. No part of this publication  
may be reproduced, stored in a retrieval system or  
transmitted in any form or by any means, electronic,  
mechanical, photocopying, recording or otherwise  
without prior written permission from Licence  
Services, Marketing Division, Statistics Canada,  
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

August 1995

Price: Canada: \$18.00 per issue,  
\$180.00 annually

United States: US\$22.00 per issue,  
US\$216.00 annually

Other Countries: US\$26.00 per issue,  
US\$252.00 annually

Catalogue No. 63-008, Vol. 58, No. 6

ISSN 0380-7894

Ottawa

Publication autorisée par le ministre  
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1995

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de  
transmettre le contenu de la présente publication, sous  
quelque forme ou par quelque moyen que ce soit,  
enregistrement sur support magnétique, reproduction  
électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou  
de l'emmagasiner dans un système de recouvrement,  
sans l'autorisation écrite préalable des Services de  
concession des droits de licence, Division du  
marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario,  
Canada K1A 0T6.

Août 1995

Prix : Canada : 18 \$ l'exemplaire,  
180 \$ par année

États-Unis : 22 \$ US l'exemplaire,  
216 \$ US par année

Autres pays : 26 \$ US l'exemplaire,  
252 \$ US par année

N° 63-008 au catalogue, vol. 58, n° 6

ISSN 0380-7894

Ottawa

---

## Note of Appreciation

*Canada owes the success of its statistical system to  
a long-standing cooperation involving Statistics  
Canada, the citizens of Canada, its businesses,  
governments and other institutions. Accurate and  
timely statistical information could not be produced  
without their continued cooperation and goodwill.*

---

## Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose  
sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada  
et la population, les entreprises, les administrations  
canadiennes et les autres organismes. Sans cette  
collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible  
de produire des statistiques précises et actuelles.*

## Symbols

The following symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.
- \* The reader is asked to note that the data are either based on a response which falls below the usual standard for publication or have a greater degree of variability than normal associated with them due to list structure changes i.e., birth/death adjustments and classification changes, and should therefore be used with caution.

## NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

## A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Wholesale Trade (Matrix Nos. 0059, 0061, 0648, 0649), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- G. Andrusiak, Director, Industry Division
- R. Lussier, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- L. Murphy, Acting Chief, Wholesale Trade Section, Distributive Trades, Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.

## Signes conventionnels

Les signes suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.
- \* Le lecteur est prié de noter que les données sont fondées sur des réponses qui ne satisfont pas à la norme habituelle exigée pour la publication ou que celles-ci ont une plus grande marge d'inconsistance que l'on devrait normalement obtenir, et ce, à cause de la structure de la liste, c'est-à-dire des ajustements dus aux créations et aux disparitions et des changements dans le classement

## NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

## NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (système canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de gros (matrice nos 0059, 0061, 0648, 0649), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- G. Andrusiak, directeur, Division de l'industrie
- R. Lussier, directeur adjoint, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- L. Murphy, chef intérimaire, Section du commerce de gros, Sous-division des commerce de distributions, Division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences - "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 - 1984.



## TABLE OF CONTENTS

	PAGE
<b>Introduction</b>	iv
<b>Highlights</b>	v
<b>Statistical Tables</b>	
1. Wholesale Merchants Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region	2-3
2. Wholesale Merchants Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region	4-5
3. Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Sales	6-7
4. Wholesale Merchants Inventories, Seasonally Adjusted, by Trade Group	8-9
5. Wholesale Merchants Inventories, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group	8-9
6. Wholesale Merchants Inventories/Sales Ratio, Seasonally Adjusted, by Trade Group	10-11
7. Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Inventories	10-11

## TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
<b>Introduction</b>	iv
<b>Faits saillants</b>	v
<b>Tableaux statistiques</b>	
1. Ventes des marchands de gros, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région	2-3
2. Ventes des marchands de gros, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région	4-5
3. Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des ventes	6-7
4. Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce	8-9
5. Stocks des marchands de gros, non-désaisonnalisés, selon le groupe de commerce	8-9
6. Marchands de gros, rapport stocks/ventes, désaisonné, selon le groupe de commerce	10-11
7. Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des stocks	10-11

## Introduction

This publication presents estimates of monthly sales of wholesale merchant establishments for Canada, each province and territory. In addition to total sales, sales and inventories, as well as inventories to sales ratios appear for major trade groups based on the 1980 Standard Industrial Classification.

Sales figures are on a net basis (gross sales less returns, adjustments and discounts) whether on cash or credit, and exclude any taxes collected. Also included are commissions earned by wholesalers also acting as agents, while the sales of goods owned by others are excluded.

Inventory figures are the value of the goods owned and held for resale. Included are any inventory in transit or on consignment. Excluded are goods owned and held in inventory abroad, and inventories held on consignment from others.

The estimates contained in this publication are derived from a redesigned monthly survey which incorporates a revised list of wholesale businesses. For a more detailed discussion of the new survey methodology see Appendix II in the January issue.

Establishments in wholesale trade are primarily engaged in selling merchandise to retailers, to industrial, commercial, institutional and professional users, to farmers for use in farm production, and for export; or acting as agents or brokers in buying or selling merchandise to such persons or organizations on a commission basis.

However, sales to end-users of certain commodities (usually capital or investment goods) such as computer equipment, feed, seed or other farm supplies, lumber and building materials, trucks and commercial vehicles, and all types of machinery and equipment, are always classified to wholesale trade. A complete review of definitions and concepts appears in Appendix I, in the January issue.

Users should note that each month, unless otherwise indicated, this publication will contain preliminary estimates for the current month and revised estimates for the preceding month for the unadjusted series. The estimates of the seasonally adjusted series are revised for the preceding three months.

## Introduction

La présente publication donne des estimations des ventes mensuelles des établissements de commerce de gros pour le Canada ainsi que pour chaque province et territoire. En plus des ventes totales, elle contient des données ventilées pour les ventes et les stocks, ainsi que les rapports entre les stocks et les ventes, selon les grands groupes de commerce établis par la Classification type des industries de 1980.

Les chiffres concernent les ventes nettes (ventes brutes diminuées des rendus, des rabais et des escomptes), à crédit ou au comptant, sans les taxes perçues. Sont incluses les commissions obtenues par les grossistes faisant aussi fonction d'agents, mais non les ventes de marchandises appartenant à d'autres entreprises.

Les données sur les stocks représentent la valeur des marchandises possédées et détenues pour la revente. Sont inclus tous les stocks en transit ou en consignation. Ne sont pas comptées les marchandises possédées et détenues à l'étranger, ainsi que les stocks détenus en consignation pour les autres.

Les estimations contenues dans la présente publication sont tirées d'une enquête mensuelle remaniée, qui se fonde sur une liste révisée des établissements de commerce de gros. L'appendice II dans le numéro de janvier, traite en détail de la méthodologie employée pour l'enquête.

Les établissements dont l'activité principale est le commerce de gros vendent des marchandises à des détaillants, à d'autres grossistes, à des industriels, à des commerçants, à des établissements publics, à des professionnels, à des agriculteurs s'il s'agit de marchandises destinées à la production agricole, et à d'autres pays; ou encore vendent des marchandises ou en achètent pour le compte d'autrui, à titre d'agents ou de courtiers, moyennant une commission.

Par ailleurs, on attribue toujours au commerce de gros les ventes de certains produits destinés à l'utilisateur final (habituellement les biens d'équipement ou d'investissement), par exemple le matériel informatique, aliments pour animaux, les semences et les autres fournitures agricoles, le bois et les matériaux de construction, les camions et les véhicules commerciaux, et tous les genres de machines et de matériel. L'appendice I dans le numéro de janvier contient l'ensemble des définitions et des concepts.

L'utilisateur devrait noter que la publication renfermera tous les mois, à moins d'indication contraire, les estimations provisoires pour le mois en cours et les estimations révisées du mois précédent pour les séries non désaisonnalisées. Les estimations des séries désaisonnalisées sont révisées pour les trois mois précédents.

## Highlights

Similar to their counterparts in manufacturing, wholesale merchants have experienced weakening sales and escalating inventories since the beginning of the year.

Mirroring what manufacturers have experienced since early 1995, wholesalers have also been hit by the economic slowdown. Despite some monthly fluctuations (including a small 0.1% increase in June), sales by wholesale merchants were 2.3% (\$481 million) below the peak attained in February 1995. This contrasted with the 24.8% increase (\$4.1 billion) in monthly sales experienced between May 1993 and February 1995, when most sectors of the economy registered robust growth.

## Faits saillants

Comme leur équivalents du secteur manufacturiers, les marchands de gros enregistrent de faibles ventes et un accroissement de leurs stocks depuis le début de l'année.

Tel qu'observé chez les manufacturiers depuis le début de l'année, les grossistes ont été également frappés par le ralentissement économique. Malgré quelques fluctuations mensuelles incluant la légère hausse de 0,1% en juin, les ventes des marchands de gros sont en baisse de 2,3% (481 millions\$) par rapport au sommet atteint en février dernier. Ceci contraste avec l'augmentation des ventes mensuelles de 24,8% (4,1 milliards\$) observée pour la période de mai 1993 à février 1995 où l'ensemble des secteurs de l'économie enregistraient des gains importants.



Despite the small increase in June, sales have been weaker in several trade groups, notably lumber and building materials. Since January 1995, sales by wholesale merchants of lumber and building materials dropped 15.4% or \$307 million. This trade group's downturn has corresponded with poor housing starts in both Canada and the United States. Also, lumber prices in Canada fell 6.9% since the beginning of the year.

#### **Sales of other products are strong mainly due to price increases**

By contrast, sales of other products have remained strong. For the first half of 1995, wholesalers of other products posted a gain of 18.3% compared to the same period in 1994. Year-over-year price increases of 40.6% for paper and paper products and 14.4% for chemical and chemical products have partly accounted for the continuing strong sales in this trade group.

#### **Regional trade varies**

The recent weakness in sales has affected wholesalers differently across the provinces and territories. Despite monthly fluctuations, wholesale merchants in 8 of the 12 regions, have recorded declining sales since the February peak. The most notable sales declines over this period in current dollars were from wholesalers in Quebec (-6.0% or \$287 million); in Alberta (-4.1% or \$79 million), and in Saskatchewan (-8.5% or \$64 million).

Wholesalers on the East Coast have seemed to be able to buck the slowdown hitting the rest of the country with Prince Edward Island up \$13 million (+34.0%); New Brunswick up \$11 million (+4.0%); and Newfoundland up \$3 million (+1.4%).

#### **Inventories-to-sales ratio highest in two years**

In June, wholesalers' inventories rose for the sixteenth consecutive month, up 0.8% to \$30.8 billion. The most significant increase, in current dollar terms, was in motor vehicles, parts and accessories, as these wholesalers boosted inventories 5.2% or \$213 million.

Weak demand during the first six months of 1995 coupled with rising inventory levels has resulted in an increase in the inventories-to-sales ratio from 1.44 in January to 1.52 in June. The pace of growth in the ratio, however, has slowed in recent months, as wholesalers attempt to control inventory levels in light of sluggish sales.

Malgré la légère hausse en juin, les ventes ont été faibles dans plusieurs groupes de commerce, en particulier celui du bois et des matériaux de construction. Depuis le mois de janvier 1995, ce groupe a chuté de 15,4% ou 307 million\$. Ce revirement correspond aux faibles mises en chantier au Canada et aux États-Unis. De plus, les prix du bois au Canada ont chuté de 6,9% depuis le début de l'année.

#### **Les ventes des produits divers sont vigoureuses surtout à cause de la hausse des prix**

Par opposition, les ventes des produits divers sont demeurées vigoureuses. Pour la première moitié de 1995, les grossistes de produits divers affichent un gain de 18,3% comparativement à la même période l'an passé. Dans les 12 derniers mois, les hausses des prix du papier et des produits connexes (+40,6%) et ceux des produits chimiques (+14,4%) ont en partie contribué à la forte croissance de ce groupe.

#### **Le commerce régional varie**

La récente faiblesse des ventes a affecté les grossistes différemment d'une province ou territoire à l'autre. Malgré les fluctuations mensuelles, les marchands de gros de 8 des 12 régions affichent des ventes inférieures par rapport au sommet de février dernier. Les plus fortes baisses pour cette période, en dollars courant, proviennent des grossistes du Québec (-6,0% ou 287 millions\$), ceux de l'Alberta (-4,1% ou 79 millions\$) et ceux de la Saskatchewan (-8,5% ou 64 millions\$).

En revanche, les grossistes de l'Atlantique ont été capable de contrer le ralentissement par rapport au reste du pays, soit l'Île-du-Prince-Édouard (34,0% ou 13 million\$), le Nouveau-Brunswick (4,0% ou 11 millions\$) et Terre-Neuve (1,4% ou 3 millions\$).

#### **Le ratio stocks/ventes est le plus élevé en deux ans**

En juin, les inventaires des grossistes ont progressé pour un seizième mois consécutif, en hausse de 0,8% pour atteindre 30,8 milliards\$. Les grossistes de véhicules automobiles, pièces et accessoires ont enregistré la plus forte augmentation, en dollars courant, soit 5,2% ou 213 millions\$.

Une faible demande dans la première moitié de l'année 1995 conjuguée à la hausse du niveau des stocks, ont eu pour effet de pousser vers le haut le ratio stocks/ventes de 1,44 qu'il était en janvier dernier à 1,52 en juin. La progression du ratio a quelque peu ralenti dans les derniers mois, puisque les grossistes tentent de contrôler leurs stocks à la lumière des faibles ventes enregistrées.

## Statistical Tables

## Tableaux statistiques

Table 1.

## Wholesale Merchant Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region

No.	Trade Group	Sales Ventes				Year-to-date 1995	Change from previous month	
		June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	Cumulatif	Variation du mois précédent	
							June 1995 Juin	May 1995 Mai
		millions of dollars - millions de dollars						
	Trade Group - Canada							
1	Food products	3,654	3,697	3,621	3,721	21,879	-1.2	2.1
2	Beverage, drug and tobacco products	1,136	1,157	1,177	1,161	6,935	-1.8	-1.7
3	Apparel and dry goods	427	439	448	446	2,678	-2.8	-1.9
4	Household goods	654	655	624	639	3,855	-0.2	5.1
5	Motor vehicles, parts and accessories	2,222	2,212	2,238	2,357	13,688	0.5	-1.2
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1,645	1,638	1,656	1,656	9,786	0.4	-1.1
7	Lumber and building materials	1,692	1,673	1,691	1,842	10,834	1.1	-1.0
8	Farm machinery, equipment and supplies	495	487	457	510	2,976	1.6	6.7
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	3,102	3,157	3,082	3,116	18,738	-1.7	2.5
10	Computers and packaged software	1,648	1,608	1,780	1,767	10,309	2.5	-9.7
11	Other products	3,592	3,517	3,517	3,484	21,192	2.1	—
12	Total, all trades	20,269	20,243	20,291	20,699	122,870	0.1	-0.2
	Regions							
13	Newfoundland	186	186	193	195	1,107	0.1	-3.6
14	Prince Edward Island	52	49	43	43	266	7.2	13.4
15	Nova Scotia	420	443	441	449	2,612	-5.2	0.4
16	New Brunswick	294	288	287	311	1,744	2.0	0.6
17	Quebec	4,492	4,520	4,680	4,742	27,861	-0.6	-3.4
18	Ontario	8,861	8,832	8,825	8,904	53,180	0.3	0.1
19	Manitoba	697	684	674	677	4,113	1.8	1.6
20	Saskatchewan	688	693	722	745	4,322	-0.8	-4.0
21	Alberta	1,845	1,847	1,852	1,887	11,336	-0.1	-0.3
22	British Columbia	2,709	2,674	2,551	2,722	16,187	1.3	4.8
23	Yukon	13	12	9	9	59	5.3	37.1
24	Northwest Territories	12	14	14	13	82	-9.6	-1.4



Tableau 1.

## Ventes des marchands de gros, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région

Change from previous month		Change from previous year					Groupe de commerce	N°
Variation du mois précédent		Variation de l'année précédente						
April 1995 Avril	March 1995 Mars	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	Year-to-date 1995 Cumulatif		
per cent - pourcentage								
							<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
-2.7	2.0	2.7	5.9	5.9	5.1	3.4	Produits alimentaires	1
1.4	-0.8	5.0	6.0	4.0	7.2	7.8	Boissons, médicaments et tabac	2
0.5	-1.8	-16.2	-6.1	-1.9	6.3	-1.3	Vêtements et articles de mercerie	3
-2.4	--	5.6	7.3	4.9	8.6	9.0	Articles ménagers	4
-5.0	0.7	3.0	3.2	5.9	13.0	9.0	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
--	5.4	11.9	13.2	18.8	21.3	18.3	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
-8.2	-4.9	-2.1	-2.7	-1.6	10.2	6.2	Bois et matériaux de construction	7
-10.4	-2.7	17.2	16.5	10.9	21.0	17.0	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
-1.1	-1.9	5.7	7.0	8.8	11.4	9.5	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
0.8	-0.3	8.0	5.6	16.0	13.5	16.3	Ordinateurs et logiciel	10
0.9	-1.0	12.1	13.7	15.7	18.4	18.3	Produits divers	11
-2.0	-0.2	5.5	6.8	8.8	12.0	10.4	<b>Total, ensemble des commerces</b>	12
							<b>Régions</b>	
-0.9	6.1	0.7	-0.4	2.9	4.3	0.7	Terre-Neuve	13
0.5	9.7	12.9	4.1	-10.2	-7.8	-2.6	Île-du-Prince-Édouard	14
-1.8	4.3	3.5	10.4	10.1	9.7	7.9	Nouvelle-Écosse	15
-7.9	10.0	6.3	11.7	11.6	26.1	15.1	Nouveau-Brunswick	16
-1.3	-0.8	2.9	3.2	9.0	11.5	8.3	Québec	17
-0.9	0.1	10.4	11.4	14.1	16.3	14.9	Ontario	18
-0.6	-3.7	8.5	12.0	9.0	7.6	11.5	Manitoba	19
-3.1	-0.8	13.2	20.2	21.7	25.9	24.4	Saskatchewan	20
-1.8	-1.9	1.3	2.6	3.5	5.4	5.8	Alberta	21
-6.3	-0.7	-3.8	-2.7	-5.6	3.0	1.3	Colombie-Britannique	22
-6.2	10.1	37.0	53.5	-7.4	1.7	5.7	Yukon	23
7.0	-6.4	-3.5	24.7	26.7	9.2	19.6	Territoires du Nord-Ouest	24

Table 2.

## Wholesale Merchants Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region

No.	Trade Group	Sales				
		Ventes				
		June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	Year-to-date 1995 Cumulatif
		millions of dollars - millions de dollars				
	<b>Trade Group - Canada</b>					
1	Food products	3,804	3,871	3,496	3,697	21,345
2	Beverage, drug and tobacco products	1,164	1,184	1,095	1,152	6,609
3	Apparel and dry goods	355	370	393	560	2,585
4	Household goods	610	596	549	619	3,391
5	Motor vehicles, parts and accessories	2,312	2,427	2,288	2,779	13,777
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1,765	1,744	1,599	1,696	9,680
7	Lumber and building materials	2,051	1,973	1,643	1,746	10,312
8	Farm machinery, equipment and supplies	582	598	529	489	2,899
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	3,344	3,283	2,873	3,383	18,602
10	Computers and packaged software	1,782	1,492	1,585	2,379	10,378
11	Other products	4,047	4,127	3,526	3,554	21,441
12	<b>Total, all trades</b>	<b>21,818</b>	<b>21,663</b>	<b>19,575</b>	<b>22,054</b>	<b>121,018</b>
	<b>Regions</b>					
13	Newfoundland	202	195	169	182	1,031
14	Prince Edward Island	64	57	37	38	264
15	Nova Scotia	486	503	416	449	2,568
16	New Brunswick	334	305	262	297	1,667
17	Quebec	4,783	4,868	4,467	5,000	27,165
18	Ontario	9,393	9,298	8,539	9,735	52,535
19	Manitoba	851	811	649	669	4,087
20	Saskatchewan	791	804	712	731	4,283
21	Alberta	1,992	2,010	1,763	1,955	11,176
22	British Columbia	2,893	2,786	2,539	2,974	16,109
23	Yukon	13	12	9	9	56
24	Northwest Territories	16	13	11	14	76

Tableau 2.

## Ventes des marchands de gros, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région

Change from previous year					Groupe de commerce	N°
Variation de l'année précédente						
June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	Year-to-date 1995 Cumulatif		
per cent - pourcentage						
					<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
1.4	7.2	4.6	4.9	3.4	Produits alimentaires	1
2.7	8.5	3.1	9.6	8.1	Boissons, médicaments et tabac	2
-14.5	-2.8	-3.5	7.3	1.1	Vêtements et articles de mercerie	3
5.0	7.2	0.1	5.8	7.0	Articles ménagers	4
-0.6	4.1	1.2	13.4	7.8	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
10.4	14.5	17.2	21.7	18.0	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
-3.9	-3.7	-5.1	11.5	4.4	Bois et matériaux de construction	7
11.7	17.7	12.5	19.8	16.7	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
5.3	10.5	4.7	11.5	10.2	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
7.8	9.1	13.5	18.0	17.5	Ordinateurs et logiciels	10
11.7	14.4	13.5	17.0	18.0	Produits divers	11
<b>4.3</b>	<b>8.4</b>	<b>6.2</b>	<b>12.6</b>	<b>10.3</b>	<b>Total, ensemble des commerces</b>	12
					<b>Régions</b>	
2.4	5.0	2.8	9.1	2.4	Terre-Neuve	13
13.7	7.7	-15.1	-8.3	-1.9	Île-du-Prince-Édouard	14
2.8	13.1	8.6	12.2	8.2	Nouvelle-Écosse	15
9.8	12.3	6.7	26.6	14.6	Nouveau-Brunswick	16
2.0	4.4	8.9	13.8	9.1	Québec	17
8.7	13.3	10.5	16.1	14.3	Ontario	18
7.6	13.6	4.9	8.0	10.7	Manitoba	19
8.5	20.4	23.3	32.9	25.8	Saskatchewan	20
-0.3	3.6	-1.3	5.1	5.2	Alberta	21
-3.9	-1.4	-8.1	2.0	1.0	Colombie-Britannique	22
40.5	46.0	-7.9	0.3	5.7	Yukon	23
-2.1	19.4	31.7	11.1	16.5	Territoires du Nord-Ouest	24



Table 3.

## Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Sales

No.	Trade Group	Response Fraction			
		Fraction de réponse			
		June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars
		per cent - pourcentage			
	<b>Trade Group - Canada</b>				
1	Food products	86.0	92.2	93.4	89.8
2	Beverage, drug and tobacco products	83.1	90.6	92.5	84.6
3	Apparel and dry goods	85.9	85.4	87.3	89.4
4	Household goods	90.3	94.1	95.8	96.2
5	Motor vehicles, parts and accessories	90.5	94.4	91.6	91.0
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	93.3	87.7	84.4	93.9
7	Lumber and building materials	88.3	89.6	91.8	92.3
8	Farm machinery, equipment and supplies	79.8	81.5	81.0	93.1
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	83.2	85.8	83.5	88.0
10	Computers and packaged software	85.4	89.5	66.8	67.3
11	Other products	85.9	90.4	89.3	90.3
12	<b>Total, all trades</b>	<b>86.6</b>	<b>89.9</b>	<b>87.5</b>	<b>87.8</b>
	<b>Regions</b>				
13	Newfoundland	88.8	90.1	92.4	89.3
14	Prince Edward Island	82.6	89.1	88.0	88.2
15	Nova Scotia	83.7	87.3	86.4	84.7
16	New Brunswick	81.2	81.6	85.5	82.6
17	Quebec	89.6	91.1	88.8	88.9
18	Ontario	85.4	88.1	85.5	86.2
19	Manitoba	89.6	93.1	92.3	89.3
20	Saskatchewan	79.1	93.0	89.7	88.5
21	Alberta	80.8	92.0	89.1	88.9
22	British Columbia	91.6	91.9	89.5	91.0
23	Yukon	75.8	90.4	86.4	79.4
24	Northwest Territories	80.6	79.1	76.8	82.1

Tableau 3.

## Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des ventes

Coefficient of variation				Groupe de commerce	N <sup>o</sup>
Coefficient de variation					
June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars		
per cent - pourcentage					
				<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
2.7	2.4	2.4	2.6	Produits alimentaires	1
3.3	3.0	4.9	6.1	Boissons, médicaments et tabac	2
7.5	6.2	5.8	10.1	Vêtements et articles de mercerie	3
10.2	8.9	7.5	7.5	Articles ménagers	4
5.8	4.8	5.2	6.5	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
6.2	6.0	5.4	4.6	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
5.2	5.1	5.3	5.8	Bois et matériaux de construction	7
4.7	4.1	4.7	5.3	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
3.1	2.9	2.9	2.8	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
3.9	4.0	4.9	3.6	Ordinateurs et logiciels	10
3.6	3.4	3.6	3.5	Produits divers	11
<b>1.4</b>	<b>1.3</b>	<b>1.4</b>	<b>1.4</b>	<b>Total, ensemble des commerces</b>	<b>12</b>
				<b>Régions</b>	
4.7	4.6	4.8	3.9	Terre-Neuve	13
5.7	5.3	2.6	1.8	Île-du-Prince-Édouard	14
5.7	5.1	4.6	4.2	Nouvelle-Écosse	15
6.3	6.5	5.7	5.0	Nouveau-Brunswick	16
3.0	2.6	3.3	3.6	Québec	17
2.5	2.3	2.2	2.4	Ontario	18
2.0	2.4	2.6	3.1	Manitoba	19
5.0	4.8	4.0	3.3	Saskatchewan	20
3.5	2.9	3.0	2.7	Alberta	21
3.5	3.9	3.8	3.5	Colombie-Britannique	22
--	--	--	2.4	Yukon	23
0.1	0.2	0.2	0.2	Territoires du Nord-Ouest	24

Table 4.

## Wholesale Merchants Inventories, Seasonally Adjusted, by Trade Group

No.	Trade Group	Inventories Stocks				Change from previous month Variation du mois précédent	
		June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	June 1995 Juin	May 1995 Mai
		millions of dollars - millions de dollars					
	<b>Trade Group - Canada</b>						
1	Food products	2,307	2,316	2,337	2,361	-0.4	-0.9
2	Beverage, drug and tobacco products	1,413	1,405	1,407	1,418	0.5	-0.1
3	Apparel and dry goods	1,036	1,021	1,026	1,032	1.5	-0.5
4	Household goods <sup>1</sup>	1,509	1,497	1,506	1,499	0.8	-0.6
5	Motor vehicles, parts and accessories	4,314	4,100	4,008	4,003	5.2	2.3
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	2,868	2,838	2,856	2,875	1.0	-0.6
7	Lumber and building materials	3,106	3,125	3,114	3,111	-0.6	0.3
8	Farm machinery, equipment and supplies	1,532	1,537	1,523	1,540	-0.3	0.9
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	6,656	6,632	6,518	6,389	0.4	1.8
10	Computers and packaged software	1,602	1,611	1,636	1,674	-0.6	-1.5
11	Other products	4,437	4,443	4,409	4,312	-0.2	0.8
12	<b>Total, all trades</b>	<b>30,778</b>	<b>30,525</b>	<b>30,340</b>	<b>30,215</b>	<b>0.8</b>	<b>0.6</b>

Table 5.

## Wholesale Merchants Inventories, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group

No.	Trade Group	Inventories Stocks			
		June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars
		millions of dollars - millions de dollars			
	<b>Trade Group - Canada</b>				
1	Food products	2,322	2,335	2,313	2,246
2	Beverage, drug and tobacco products	1,408	1,383	1,371	1,336
3	Apparel and dry goods	1,104	1,018	986	1,003
4	Household goods <sup>1</sup>	1,526	1,490	1,496	1,464
5	Motor vehicles, parts and accessories	4,375	4,289	4,202	4,166
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	2,911	2,941	2,983	2,931
7	Lumber and building materials	3,220	3,404	3,413	3,345
8	Farm machinery, equipment and supplies	1,583	1,601	1,584	1,582
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	6,698	6,723	6,577	6,429
10	Computers and packaged software	1,630	1,682	1,694	1,651
11	Other products	4,372	4,604	4,662	4,488
12	<b>Total, all trades</b>	<b>31,149</b>	<b>31,470</b>	<b>31,280</b>	<b>30,642</b>

<sup>1</sup> The household goods trade group does not contain seasonal variation behaviour. Thus, the figures appearing in this table reflect the unadjusted data.



Tableau 4.

## Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce

Change from previous month Variation du mois précédent		Change from previous year Variation de l'année précédente				Groupe de commerce	N°
April 1995 Avril	March 1995 Mars	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars		
per cent - pourcentage							
						<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
-1.0	-0.9	5.7	9.1	10.1	8.7	Produits alimentaires	1
-0.8	2.9	5.6	8.9	9.2	21.0	Boissons, médicaments et tabac	2
-0.7	-0.7	-0.8	-5.6	-3.3	-1.3	Vêtements et articles de mercerie	3
0.4	-0.4	18.8	20.2	19.1	18.0	Articles ménagers <sup>1</sup>	4
0.1	-	19.0	14.7	11.4	13.8	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
-0.7	1.7	13.2	13.6	13.1	13.4	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
0.1	-2.2	9.6	8.2	9.9	9.6	Bois et matériaux de construction	7
-1.1	-0.9	3.8	9.4	11.9	17.2	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
2.0	1.4	15.3	14.6	16.8	10.2	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
-2.3	-4.1	-16.6	-15.4	-5.8	8.8	Ordinateurs et logiciels	10
2.3	3.5	15.9	14.8	18.0	20.6	Produits divers	11
<b>0.4</b>	<b>0.4</b>	<b>10.6</b>	<b>10.3</b>	<b>11.9</b>	<b>12.8</b>	<b>Total, ensemble des commerces</b>	<b>12</b>

Tableau 5.

## Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce

Change from previous year Variation de l'année précédente				Groupe de commerce	N°
June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars		
per cent - pourcentage					
				<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
2.6	5.7	7.7	8.1	Produits alimentaires	1
9.8	12.4	9.8	20.7	Boissons, médicaments et tabac	2
-0.8	-7.2	-5.5	-3.6	Vêtements et articles de mercerie	3
18.3	19.3	20.4	19.1	Articles ménagers <sup>1</sup>	4
19.9	14.7	11.4	13.9	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
14.0	13.6	13.7	14.5	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
9.3	8.6	10.2	9.5	Bois et matériaux de construction	7
3.5	8.8	10.7	16.4	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
15.6	15.2	16.9	10.1	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
-16.7	-16.2	-6.5	10.4	Ordinateurs et logiciels	10
16.7	16.7	20.2	21.9	Produits divers	11
<b>10.7</b>	<b>10.4</b>	<b>12.0</b>	<b>13.0</b>	<b>Total, ensemble des commerces</b>	<b>12</b>

<sup>1</sup> Le groupe de commerce des articles ménagers ne compte pas de variation saisonnière. Ainsi, les chiffres qui apparaissent dans ce tableau représentent les données non-ajustées.

Table 6.

## Wholesale Merchants, Inventories/Sales Ratio Seasonally Adjusted, by Trade Group

No.	Trade Group	Inventories/sales ratio Rapport stocks/ventes			
		June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars
	<b>Trade Group - Canada</b>				
1	Food products	0.63	0.63	0.65	0.63
2	Beverage, drug and tobacco products	1.24	1.21	1.19	1.22
3	Apparel and dry goods	2.43	2.32	2.29	2.32
4	Household goods	2.31	2.28	2.41	2.35
5	Motor Vehicles, parts and accessories	1.94	1.85	1.79	1.70
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1.74	1.73	1.72	1.74
7	Lumber and building materials	1.84	1.87	1.84	1.69
8	Farm machinery, equipment and supplies	3.09	3.15	3.33	3.02
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	2.15	2.10	2.12	2.05
10	Computers and packaged software	0.97	1.00	0.92	0.95
11	Other products	1.24	1.26	1.25	1.24
12	<b>Total, all trades</b>	<b>1.52</b>	<b>1.51</b>	<b>1.50</b>	<b>1.46</b>

Table 7.

## Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Inventories

No.	Trade Group	Response fraction Fraction de réponse			
		June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars
		per cent - pourcentage			
	<b>Trade Group - Canada</b>				
1	Food products	76.1	83.4	85.5	83.5
2	Beverage, drug and tobacco products	77.1	85.9	87.7	85.5
3	Apparel and dry goods	62.5	60.9	62.1	66.1
4	Household goods	76.6	79.0	88.8	86.5
5	Motor Vehicles, parts and accessories	85.3	84.9	85.7	83.9
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	84.1	83.8	79.2	84.1
7	Lumber and building materials	70.3	74.8	76.1	75.4
8	Farm machinery, equipment and supplies	78.5	77.9	78.5	79.7
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	73.3	76.6	72.1	78.8
10	Computers and packaged software	70.9	74.3	71.4	71.9
11	Other products	65.5	66.3	69.9	71.3
12	<b>Total, all trades</b>	<b>74.9</b>	<b>77.2</b>	<b>77.2</b>	<b>78.8</b>

Tableau 6.

## Marchands de gros, rapport stocks/ventes désaisonnalisés, selon le groupe de commerce

Inventories/sales ratio Rapport stocks/ventes				Groupe de commerce	No
June 1994 Juin	May 1994 Mai	April 1994 Avril	March 1994 Mars		
				<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
0.61	0.61	0.62	0.61	Produits alimentaires	1
1.24	1.18	1.14	1.08	Boissons, médicaments et tabac	2
2.05	2.31	2.32	2.49	Vêtements et articles de mercerie	3
2.05	2.04	2.13	2.16	Articles ménagers	4
1.68	1.67	1.70	1.69	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
				Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
1.72	1.73	1.81	1.86	Bois et matériaux de construction	7
1.64	1.68	1.65	1.70	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
3.49	3.36	3.30	3.12	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
1.97	1.96	1.97	2.07	Ordinateurs et logiciels	10
1.26	1.25	1.13	0.99	Produits divers	11
1.20	1.25	1.23	1.21		
<b>1.45</b>	<b>1.46</b>	<b>1.45</b>	<b>1.45</b>	<b>Total, ensemble des commerces</b>	<b>12</b>

Tableau 7.

## Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des stocks

Coefficient of variation Coefficient de variation				Groupe de commerce	No
June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars		
per cent - pourcentage					
				Groupe de commerce - Canada	
				3.5 Produits alimentaires,	1
4.2	3.8	3.4		7.0 Boissons, médicaments et tabac	2
5.4	5.2	6.4		6.6 Vêtements et articles de mercerie	3
6.7	6.7	6.8		7.6 Articles ménagers	4
9.3	8.3	7.4		6.4 Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
5.1	5.9	5.7		5.0 Métaux, articles de quincaillerie, matériel de	6
5.1	5.1	5.0		plomberie et de chauffage	
				6.7 Bois et matériaux de construction	7
7.3	7.0	6.7		5.9 Machines, matériel et fournitures agricoles	8
5.7	5.8	5.8		3.4 Machines, matériel et fournitures industriels et	9
3.4	3.4	3.4		autres	
				4.8 Ordinateurs et logiciels	10
5.4	5.2	5.1		5.8 Produits divers	11
5.8	5.6	5.6		1.8 Total, ensemble des commerces	12
1.8	1.8	1.7			



# CANADA A PORTRAIT

A CELEBRATION  
OF OUR GREAT NATION

# UN PORTRAIT DU CANADA

POUR CÉLÉBRER LA  
GRANDEUR DE NOTRE PAYS

Canada challenges the imagination. Imagine a country where Newfoundlanders live closer to Africans than they do to fellow Canadians in British Columbia. Or a country with an island that has a glacier bigger than Ireland. Imagine a country with two million lakes, and the world's longest coastline – but that shares a border with only one nation.

Statistics Canada has created the 54th edition of **Canada: A Portrait** as a celebration of our great nation. Drawn from Statistics Canada's rich palette of national data, it paints a picture of where we are socially, economically, culturally and politically.

Over 60 unique and beautiful photographs combined with lively text, provide a close-up look at the Canada of today.

Experience this land's remarkable natural regions and diverse human landscape through six chapters entitled: **This Land, The People, The Society, Arts and Leisure, The Economy, and Canada in the World.**

Eminent Canadians such as astronaut Roberta Bondar, former hockey star Jean Béliveau, and writer W.O. Mitchell have contributed their personal visions of Canada.

**Canada: A Portrait** is a beautiful illustration of the Canada of today.

Presented in a 30 cm X 23 cm (12 1/4" X 9") format, prestige hardcover, with over 200 pages, **Canada: A Portrait** (Catalogue No. 11-403E) is available in Canada for \$38.00 plus GST, US \$41.95 in the United States, and US \$48.95 in other countries.

To order write **Statistics Canada, Publications Sales, Ottawa, Ontario, K1A 0T6** or contact the nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication. For faster ordering call toll-free **1-800-267-6677** and use your VISA and MasterCard or fax your order to **(613) 951-1584**.

Le Canada est un pays qui défie l'imagination. Imaginez un pays où les Terre-Neuviens vivent plus près des Africains que de leurs compatriotes de la Colombie-Britannique. Un pays où se trouve une île sur laquelle s'étend un glacier plus grand que l'Irlande. Imaginez un pays qui compte 2 millions de lacs et le plus long littoral du monde, et pourtant un seul voisin.

Statistique Canada a créé la 54<sup>e</sup> édition d'**Un portrait du Canada** pour célébrer la grandeur de notre pays. C'est à partir du riche éventail de données nationales de Statistique Canada que l'on a brossé ce tableau de notre situation sociale, économique, culturelle et politique.

Plus de 60 magnifiques photos, mariées à un texte vivant, offrent une vision claire et détaillée de ce qu'est le Canada d'aujourd'hui.

Découvrez les splendides régions naturelles de ce pays, de même que son paysage humain des plus diversifiés, à travers six chapitres intitulés : **Le territoire, La population, La société, Les arts et les loisirs, L'économie et Le Canada dans le monde.**

D'éminents Canadiens, tels Roberta Bondar, astronaute, Jean Béliveau, ancienne vedette de hockey, et W.O. Mitchell, écrivain, y font part de leur vision personnelle du Canada.

**Un portrait du Canada...** un magnifique ouvrage de collection qui décrit admirablement bien le Canada d'aujourd'hui.

Présenté dans un format de 30 cm sur 23 cm (12,25 po X 9 po), dans une couverture rigide de luxe et en plus de 200 pages, **Un portrait du Canada** (N° 11-403F au catalogue) coûte 38 \$ plus TPS au Canada, 41,95 \$ US aux États-Unis et 48,95 \$ US dans les autres pays.

Pour commander, écrivez à **Statistique Canada, Vente des publications, Ottawa (Ontario), K1A 0T6** ou communiquez avec le Centre régional de consultation de Statistique Canada le plus proche. La liste figure dans la publication. Pour commander plus rapidement, composez sans frais le **1-800-267-6677** et utilisez votre carte VISA ou MasterCard ou télécopiez votre commande au **(613) 951-1584**.



# ORDER FORM

Statistics Canada



**Marketing Division  
Publication Sales  
Statistics Canada  
Ottawa, Ontario  
Canada K1A 0T6**

(Please print)



**1-800-267-6677**

Charge to VISA or MasterCard. Outside Canada and the U.S. call (613) 951-7277. Please do not send confirmation.



**(613) 951-1584**

VISA, MasterCard and  
Purchase Orders only.  
Please do not send confir-  
mation. A fax will be treated  
as an original order.

**METHOD OF PAYMENT:**

(Check only one)

☐ Please charge my: ☐ VISA ☐ MasterCard

Card Number

Signature \_\_\_\_\_

Expiry Date

☐ Payment enclosed \$ \_\_\_\_\_

Please make cheque or money order payable to the  
*Receiver General for Canada – Publications.*

<input type="checkbox"/> Purchase Order Number	
--	--

(Please enclose)

Authorized Signature

[illegible]

► **Note:** Catalogue prices for U.S. and other countries are shown in US dollars.

▶ GST Registration # R121491807

► Cheque or money order should be made payable to the Receiver General for Canada – Publications.

▶ Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST. Foreign clients pay total amount in US funds drawn on a US bank. Prices for US and foreign clients are shown in US dollars.

SUBTOTAL

**DISCOUNT**  
(if applicable)

**GST (7%)**  
(Canadian clients only)

GRAND TOTAL

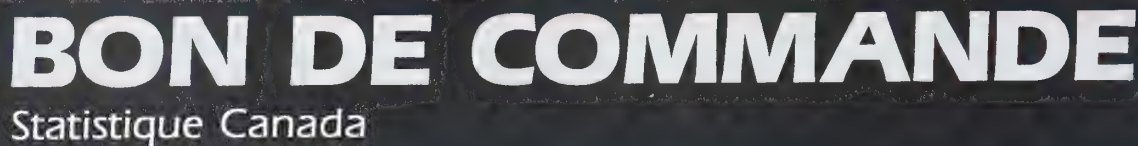
**PF 093238**

# THANK YOU FOR YOUR ORDER!

Statistics  
CanadaStatistique  
Canada

# Canada



**MODALITÉS DE PAIEMENT :**

(613) 951-1584

VISA, MasterCard et bon de commande seulement.  
Veuillez ne pas envoyer de confirmation; le bon télécopié tient lieu de commande originale.

(Veuillez écrire en caractères d'imprimerie.)

Service

À l'attention de

Fonction

Adresse

Ville.

Province

Code postal

Téléphone

Télécopieur

**Veillez vous assurer de remplir le bon au complet.**

(Cochez une seule case)

☐ Veuillez débiter mon compte☐ MasterCard

N° de carte

Signature \_\_\_\_\_

Date d'expiration

 **Paiement inclus**

Veuillez faire parvenir votre chèque ou mandat-poste à l'ordre du  
Receveur général du Canada – Publications.

N° du bon de commande

(Veuillez joindre le bon)

Signature de la personne autorisée

PF 093238

## MERCI DE VOTRE COMMANDE!

Statistics  
Canada

# Canada



*Don't let the changing world  
take you by surprise!*

*Ne soyez pas dépassé  
par les événements!*



**An aging population. Lone-parent families. A diverse labour force. Do you know how today's social changes will affect your future ... your organization ... and your family?**

**Keep pace with the dramatic shifts in Canada's evolving social fabric with Statistic Canada's best-selling quarterly, *Canadian Social Trends*. With vast and varied reports on major changes in key social issues and trends, this periodical incorporates findings from over 50 national surveys.**

**Written by some of Canada's leading-edge social analysts, *Canadian Social Trends* combines painstaking research with dynamic prose on topics like ethnic diversity, low-income families, time-crunch stress, violent crime and much more — all in a colourful, easy-to-read, magazine format.**

***A lasting record of changing times!***

**Join the thousands of business and policy analysts, social-science professionals, and academics who trust *Canadian Social Trends* to demystify the causes and consequences of change in Canadian society. Don't miss a single issue — subscribe today.**

***Canadian Social Trends* (catalogue number 11-0080XPE) is \$34 annually in Canada, US\$41 in the United States and US\$48 in other countries.**

**Le vieillissement de la population. Les familles monoparentales. La diversification de la population active. Savez-vous comment les changements sociaux d'aujourd'hui vont se répercuter sur votre avenir, votre organisation, votre famille?**

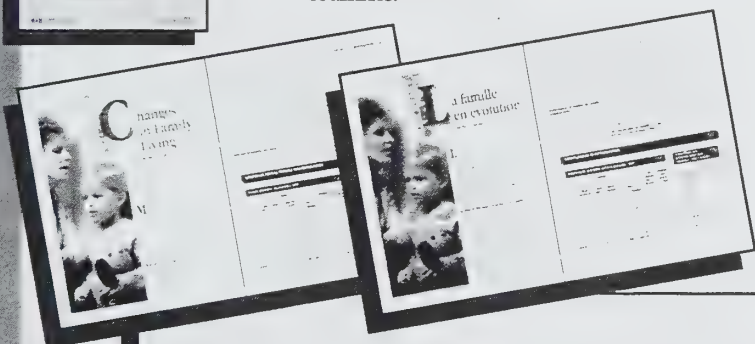
**Suivez l'évolution spectaculaire de la société canadienne grâce à *Tendances sociales canadiennes*, une publication trimestrielle de Statistique Canada. Avec des articles vastes et variés sur les principaux changements caractérisant les questions et les tendances sociales principales, cette publication intègre les résultats de plus de 50 enquêtes nationales.**

**Certains des analystes sociaux les plus reconnus du Canada rédigent des articles dans *Tendances sociales canadiennes*. Ils présentent les résultats de recherches minutieuses dans un style attrayant pour des sujets tels que la diversité ethnique, les familles à faible revenu, le stress dû au manque de temps, le crime et bien d'autres encore dans une revue haute en couleur et de lecture aisée.**

***Un dossier permanent d'une époque en évolution!***

**Des milliers d'analystes des entreprises et des politiques, de professionnels des sciences sociales et d'universitaires lisent *Tendances sociales canadiennes* pour identifier les causes et les conséquences de l'évolution de la société canadienne. Ne manquez pas un numéro, abonnez-vous dès aujourd'hui.**

**L'abonnement annuel à *Tendances sociales canadiennes* (n° 11-0080XPF au catalogue) coûte 34 \$ au Canada, 41 \$ US aux États-Unis et 48 \$ US dans les autres pays.**



To order, write to Statistics Canada, Marketing Division, Sales and Service, 120 Parkdale Ave., Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

If more convenient, fax your order to 1-613-951-1584 or call toll-free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard.

Pour passer votre commande, écrivez à Statistique Canada, Division du marketing, Vente et service, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou adressez-vous au centre de services-conseils de Statistique Canada le plus proche de chez vous et dont la liste figure dans cette publication.

Vous pouvez aussi envoyer votre commande par télécopieur, au 1-613-951-1584, ou téléphoner sans frais au 1-800-267-6677 et donner votre numéro de carte VISA ou MasterCard.



# Pick a topic... any topic

The **1994 Statistics Canada Catalogue** is your guide to the most complete collection of facts and figures on Canada's changing business, social and economic environment. No matter what you need to know, the **Catalogue** will point you in the right direction.

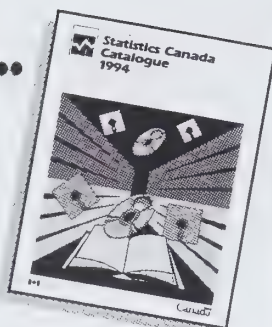
From the most popular topics of the day – like employment, income, trade, and education – to specific research studies – like mineral products shipped from Canadian ports and criminal victimization in urban areas – you'll find it all here.

**... the 1994 Statistics Canada Catalogue will help you get your bearings...**

The **Catalogue** puts all this information at your fingertips. With the expanded index, you can search by subject, author or title – even periodical articles are indexed. There's also a separate index for all our electronic products.

The **Catalogue** has everything you need to access all Statistics Canada's products:

- descriptions of over 25 new titles, plus succinct abstracts of the over 650 titles and 7 map series already produced;
- a complete guide to finding and using statistics;
- electronic products in a variety of media, and



advice on getting expert assistance on electronic products and on-line searches;

- tabs to each section -- so you can immediately flip to the information you need.

## ... time and time again.

To make sure that the **Catalogue** stands up to frequent use, we used a specially coated cover to prevent broken spines, tattered edges and dog-eared corners.

Order today – you'll be lost without it.

## 1994 Statistics Canada Catalogue

Only \$15 in Canada (US\$18 in the U.S. and US\$21 in other countries). Quote Cat. no. 11-2040XPE.

### Write to:

Statistics Canada  
Marketing Division  
Sales and Service  
120 Parkdale Avenue  
Ottawa, Ontario K1A 0T6

**Fax:**  
**(613) 951-1584**

**Call toll-free:**  
**1-800-267-6677**

Or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

# Choisissez un sujet... n'importe lequel

Le **Catalogue de Statistique Canada 1994** est votre guide pour la collection la plus complète de faits et de chiffres dans les domaines, en constante évolution, du commerce, de la société et de l'économie du Canada. Peu importe ce que vous voulez savoir, le **Catalogue** vous mettra sur la bonne piste.

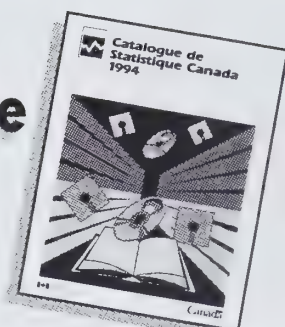
Des sujets actuels les plus populaires – comme l'emploi, le revenu, le commerce et l'éducation – à des études de recherche spécialisées – comme les produits minéraux expédiés des ports canadiens et la victimisation dans les régions urbaines – vous trouverez tout dans ce document.

## Le Catalogue de Statistique Canada 1994 vous aidera à vous orienter...

Le **Catalogue** vous met tous ces renseignements sous la main. L'index augmenté vous permet de chercher par sujet, auteur ou titre – les articles de périodiques sont même indexés. On a aussi ajouté un index séparé pour tous nos produits électroniques.

Le **Catalogue** a tout ce qu'il vous faut pour vous procurer les produits de Statistique Canada :

- descriptions de plus de 25 nouveaux titres et courts résumés des 650 titres et plus et des 7 séries de cartes déjà disponibles;
- guide complet pour obtenir et utiliser les données statistiques;
- produits électroniques sur supports divers et



conseils sur l'obtention d'aide d'experts pour les produits électroniques et les recherches en direct;

- système d'onglets pour chaque section - pour que vous puissiez immédiatement repérer les renseignements qui vous intéressent.

## ... maintes et maintes fois

Pour garantir que le **Catalogue** puisse résister à une utilisation fréquente, nous avons utilisé une couverture avec un revêtement spécial conçue pour éviter les dos cassés, les bords abîmés et les coins de page pliés.

Commandez aujourd'hui – vous ne pourrez plus vous en passer.

## Catalogue de Statistique Canada 1994

Seulement 15 \$ au Canada (18 \$ US aux États-Unis et 21 \$ US dans les autres pays). Indiquez le n° au catalogue : 11-2040XPE.

### Écrivez à :

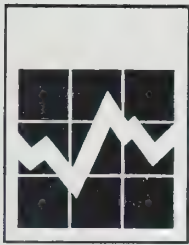
Statistique Canada  
Division du marketing  
Vente et service  
120, avenue Parkdale  
Ottawa (Ontario) K1A 0T6

**Télécopieur : (613) 951-1584**

**Appels sans frais :**  
**1-800-267-6677**

Ou contactez le Centre de consultation de Statistique Canada le plus proche (voir la liste figurant dans la présente publication).





Catalogue 63-008 Monthly

# Wholesale Trade

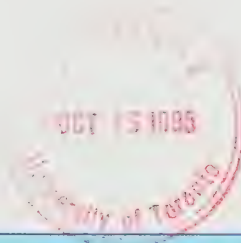
July 1995

Catalogue 63-008 Mensuel

# Commerce de gros

Juillet 1995

Canada  
Statistique



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada



## Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-out, microfiche and microfilm, and magnetic tape. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

## How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Wholesale Trade Section,  
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 1-613-951-3541) or to the Statistics Canada reference centre in:

Halifax (1-902-426-5331)	Regina (1-306-780-5405)
Montréal (1-514-283-5725)	Edmonton (1-403-495-3027)
Ottawa (1-613-951-8116)	Calgary (1-403-292-6717)
Toronto (1-416-973-6586)	Vancouver (1-604-666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, **for users who reside outside the local dialing area** of any of the regional reference centres.

Newfoundland, Labrador, Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Saskatchewan	1-800-667-7164
Manitoba	1-800-661-7828
Southern Alberta	1-800-882-5616
Alberta and Northwest Territories	1-800-563-7828
British Columbia and Yukon	1-800-663-1551

Telecommunications Device for the Hearing Impaired	1-800-363-7629
Toll Free Order Only Line (Canada and United States)	1-800-267-6677

## How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Marketing Division, Sales and Service, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)  
Facsimile Number (1-613-951-1584)  
Toronto Credit Card Only (1-416-973-8018)

## Standards of Service to the Public

To maintain quality service to the public, Statistics Canada follows established standards covering statistical products and services, delivery of statistical information, cost-recovered services and service to respondents. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

## Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimé d'ordinateur, microfiche et microfilm, et bande magnétique. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doit être adressée au:

Section du commerce de gros,  
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 téléphone: (1-613-951-3541) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

Halifax (1-902-426-5331)	Regina (1-306-780-5405)
Montréal (1-514-283-5725)	Edmonton (1-403-495-3027)
Ottawa (1-613-951-8116)	Calgary (1-403-292-6717)
Toronto (1-416-973-6586)	Vancouver (1-604-666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, **aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve, Labrador, Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Saskatchewan	1-800-667-7164
Manitoba	1-800-661-7828
Sud de l'Alberta	1-800-882-5616
Alberta et Territoires du Nord-Ouest	1-800-563-7828
Colombie-Britannique et Yukon	1-800-663-1551

Appareils de télécommunications pour les malentendants	1-800-363-7629
Numéro sans frais pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1-800-267-6677

## Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Division du marketing, Ventes et Service, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)  
Numéro du télécopieur (1-613-951-1584)  
Toronto Carte de crédit seulement (1-416-973-8018)

## Normes de service au public

Afin de maintenir la qualité du service au public, Statistique Canada observe des normes établies en matière de produits et de services statistiques, de diffusion d'information statistique, de services à recouvrement des coûts et de services aux répondants. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.



Statistics Canada  
Industry Division  
Retail Trade Section

# Wholesale Trade

July 1995

Statistique Canada  
Division de l'industrie  
Section du commerce de détail

# Commerce de gros

Juillet 1995

Published by authority of the Minister  
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1995

All rights reserved. No part of this publication  
may be reproduced, stored in a retrieval system or  
transmitted in any form or by any means, electronic,  
mechanical, photocopying, recording or otherwise  
without prior written permission from Licence  
Services, Marketing Division, Statistics Canada,  
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

September 1995

Price: Canada: \$18.00 per issue,  
\$180.00 annually  
United States: US\$22.00 per issue,  
US\$216.00 annually  
Other Countries: US\$26.00 per issue,  
US\$252.00 annually

Catalogue No. 63-008, Vol. 58, No. 7

ISSN 0380-7894

Ottawa

Publication autorisée par le ministre  
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1995

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de  
transmettre le contenu de la présente publication, sous  
quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enre-  
gistrement sur support magnétique, reproduction  
électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou  
de l'emmagasiner dans un système de recouvrement,  
sans l'autorisation écrite préalable des Services de  
concession des droits de licence, Division du  
marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario,  
Canada K1A 0T6.

Septembre 1995

Prix: Canada : 18 \$ l'exemplaire,  
180 \$ par année  
États-Unis : 22 \$ US l'exemplaire,  
216 \$ US par année  
Autres pays : 26 \$ US l'exemplaire,  
252 \$ US par année

N° 63-008 au catalogue, vol. 58, n° 7

ISSN 0380-7894

Ottawa

## Note of Appreciation

*Canada owes the success of its statistical system to  
a long-standing cooperation involving Statistics  
Canada, the citizens of Canada, its businesses,  
governments and other institutions. Accurate and  
timely statistical information could not be produced  
without their continued cooperation and goodwill.*

## Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose  
sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada  
et la population, les entreprises, les administrations  
canadiennes et les autres organismes. Sans cette  
collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible  
de produire des statistiques précises et actuelles.*

## Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

### NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

### A NOTE ON CANSIM

The data published in Wholesale Trade (Matrix Nos. 0059, 0061, 0648, 0649) (Catalogue No. 63-008) are also available in machine readable form through CANSIM (Canadian – Socio-Economic Information Management System). Users interested in accessing data via CANSIM should contact one of Statistics Canada's regional centres at the numbers listed on the inside front cover of this publication, or contact the Marketing Division, Statistics Canada, R.H. Coats Building, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

This publication was prepared under the direction of:

- **G. Andrusiak**, Director, Industry Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **M. Marcogliese**, Chief, Wholesale Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **C. Mamay**, Economist, Wholesale Trade section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences – Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 – 1984.



## Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans les publications de Statistique Canada:

- .. chiffres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- valeurs infimes.
- P chiffres provisoires.
- r chiffres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

### NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

### NOTE AU SUJET DE CANSIM

Les données qui sont publiées sur le Commerce de gros (matrice n<sup>os</sup> 0059, 0061, 0648, 0649) (n<sup>o</sup> 63-008 au catalogue) peuvent être obtenues sous forme lisible par machine de CANSIM (Système canadien d'information socio-économique). Les utilisateurs voulant obtenir des chiffres par l'intermédiaire de CANSIM peuvent contacter un des centres de consultation de Statistique Canada dont les numéros de téléphone figurent au verso du couvert de cette publication ou en communiquant directement avec la Division du marketing, Statistique Canada, Immeuble R.H. Coats, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **G. Andrusiak**, directeur, division de l'industrie
- **R. Lussier**, directeur adjoint, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **M. Marcogliese**, chef, section du commerce de gros, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **C. Mamay**, économiste, section du commerce de gros, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences – "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 – 1984.





## TABLE OF CONTENTS

	PAGE
<b>Introduction</b>	<b>iv</b>
<b>Highlights</b>	<b>v</b>
<b>Statistical Tables</b>	
1. Wholesale Merchants Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region	2-3
2. Wholesale Merchants Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region	4-5
3. Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Sales	6-7
4. Wholesale Merchants Inventories, Seasonally Adjusted, by Trade Group	8-9
5. Wholesale Merchants Inventories, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group	8-9
6. Wholesale Merchants Inventories/Sales Ratio, Seasonally Adjusted, by Trade Group	10-11
7. Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Inventories	10-11

## TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
<b>Introduction</b>	<b>iv</b>
<b>Faits saillants</b>	<b>v</b>
<b>Tableaux statistiques</b>	
1. Ventes des marchands de gros, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région	2-3
2. Ventes des marchands de gros, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région	4-5
3. Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des ventes	6-7
4. Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce	8-9
5. Stocks des marchands de gros, non-désaisonnalisés, selon le groupe de commerce	8-9
6. Marchands de gros, rapport stocks/ventes, désaisonné, selon le groupe de commerce	10-11
7. Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des stocks	10-11

## Introduction

This publication presents estimates of monthly sales of wholesale merchant establishments for Canada, each province and territory. In addition to total sales, sales and inventories, as well as inventories to sales ratios appear for major trade groups based on the 1980 Standard Industrial Classification.

Sales figures are on a net basis (gross sales less returns, adjustments and discounts) whether on cash or credit, and exclude any taxes collected. Also included are commissions earned by wholesalers also acting as agents, while the sales of goods owned by others are excluded.

Inventory figures are the value of the goods owned and held for resale. Included are any inventory in transit or on consignment. Excluded are goods owned and held in inventory abroad, and inventories held on consignment from others.

The estimates contained in this publication are derived from a redesigned monthly survey which incorporates a revised list of wholesale businesses. For a more detailed discussion of the new survey methodology see Appendix II in the January issue.

Establishments in wholesale trade are primarily engaged in selling merchandise to retailers, to industrial, commercial, institutional and professional users, to farmers for use in farm production, and for export; or acting as agents or brokers in buying or selling merchandise to such persons or organizations on a commission basis.

However, sales to end-users of certain commodities (usually capital or investment goods) such as computer equipment, feed, seed or other farm supplies, lumber and building materials, trucks and commercial vehicles, and all types of machinery and equipment, are always classified to wholesale trade. A complete review of definitions and concepts appears in Appendix I, in the January issue.

Users should note that each month, unless otherwise indicated, this publication will contain preliminary estimates for the current month and revised estimates for the preceding month for the unadjusted series. The estimates of the seasonally adjusted series are revised for the preceding three months.

## Introduction

La présente publication donne des estimations des ventes mensuelles des établissements de commerce de gros pour le Canada ainsi que pour chaque province et territoire. En plus des ventes totales, elle contient des données ventilées pour les ventes et les stocks, ainsi que les rapports entre les stocks et les ventes, selon les grands groupes de commerce établis par la Classification type des industries de 1980.

Les chiffres concernent les ventes nettes (ventes brutes diminuées des rendus, des rabais et des escomptes), à crédit ou au comptant, sans les taxes perçues. Sont incluses les commissions obtenues par les grossistes faisant aussi fonction d'agents, mais non les ventes de marchandises appartenant à d'autres entreprises.

Les données sur les stocks représentent la valeur des marchandises possédées et détenues pour la revente. Sont inclus tous les stocks en transit ou en consignation. Ne sont pas comptées les marchandises possédées et détenues à l'étranger, ainsi que les stocks détenus en consignation pour les autres.

Les estimations contenues dans la présente publication sont tirées d'une enquête mensuelle remaniée, qui se fonde sur une liste révisée des établissements de commerce de gros. L'appendice II dans le numéro de janvier, traite en détail de la méthodologie employée pour l'enquête.

Les établissements dont l'activité principale est le commerce de gros vendent des marchandises à des détaillants, à d'autres grossistes, à des industriels, à des commerçants, à des établissements publics, à des professionnels, à des agriculteurs s'il s'agit de marchandises destinées à la production agricole, et à d'autres pays; ou encore vendent des marchandises ou en achètent pour le compte d'autrui, à titre d'agents ou de courtiers, moyennant une commission.

Par ailleurs, on attribue toujours au commerce de gros les ventes de certains produits destinés à l'utilisateur final (habituellement les biens d'équipement ou d'investissement), par exemple le matériel informatique, aliments pour animaux, les semences et les autres fournitures agricoles, le bois et les matériaux de construction, les camions et les véhicules commerciaux, et tous les genres de machines et de matériel. L'appendice I dans le numéro de janvier contient l'ensemble des définitions et des concepts.

L'utilisateur devrait noter que la publication renfermera tous les mois, à moins d'indication contraire, les estimations provisoires pour le mois en cours et les estimations révisées du mois précédent pour les séries non désaisonnalisées. Les estimations des séries désaisonnalisées sont révisées pour les trois mois précédents.

## Highlights

Following almost two years of growth, wholesalers (like their counterparts in manufacturing) continue to feel the effects of a slowing economy in 1995. Sales by wholesale merchants fell 0.3% in July and stand \$600 million (-2.9%) below the peak level attained in February 1995. Despite these recent declines, overall year-over-year sales are still 4.1% (+\$792 million) higher than last year's level.

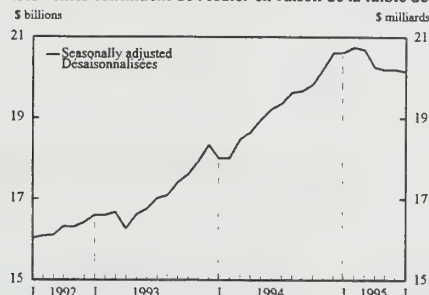
Weak sales and escalating inventories since the beginning of the year have pushed the inventories-to-sales ratio to 1.54, its highest level in two years. The ratio indicates that, for the month of July, wholesalers held goods in inventory valued at \$154 for every \$100 worth of sales made. The increasing ratio indicates a slower turnover rate of goods and increased costs to the wholesaler.

## Faits saillants

Après presque deux ans de croissance, les marchands de gros (tels qu'observé chez leurs équivalents du secteur manufacturier) continuent de subir les effets du ralentissement économique en 1995. En juillet, les ventes ont fléchi de 0,3% pour se chiffrer à 600 millions\$ (-2,9%) de moins que le sommet atteint en février 1995. Malgré ces récentes baisses, le niveau des ventes d'une année à l'autre est quand même 4,1% (+792 millions\$) plus élevé que celui de l'année dernière.

Depuis le début de l'année, on note des ventes plus faibles ainsi qu'une hausse des inventaires et conséquemment une hausse du ratio des inventaires aux ventes, soit 1,54 - le plus haut niveau atteint depuis deux ans. Ce ratio indique que pour le mois de juillet, les marchands de gros détenaient des inventaires évalués à \$154 pour un montant de ventes réalisées de l'ordre de \$100.). Une augmentation de ce ratio indique donc un taux de rotation plus lent des stocks ainsi qu'une hausse des coûts pour les grossistes.

Sales continue to fade in response to weak demand  
Les ventes continuent de reculer en raison de la faible demande



In July, wholesale merchants' sales were down slightly to \$20.2 billion (-0.3%), the fourth decline in five months. Wholesalers recorded lower sales in only 4 of the 11 trade groups (accounting for about 27% of all sales) but the declines were significant. The largest decreases were registered by wholesalers of metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies (-3.5% or \$57 million) and wholesalers of lumber and building materials (-2.9% or \$48 million). In contrast, increases were generally small among the remaining seven trade groups.

Les ventes des marchands de gros s'établissent à 20,2 milliards\$ en juillet, une légère baisse (-0,3%), la quatrième diminution en cinq mois. Les grossistes enregistrent des ventes plus faibles pour quatre des onze groupes de commerce (représentant environ 27% des ventes totales), mais les baisses sont significatives. Les grossistes de métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage (-3,5% ou 57 millions\$) et les grossistes de bois et matériaux de construction (-2,9% ou 48 millions\$) enregistrent les plus fortes baisses. Par contre, parmi les sept autres groupes, les hausses furent généralement petites.



The drop in sales by wholesalers of metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies corresponds also in July to a decline in metal product exports. Despite being relatively flat during 1995, sales by these wholesalers are up 5.2% or \$79 million from a year ago, primarily the result of a 13.3% jump in prices over the same period.

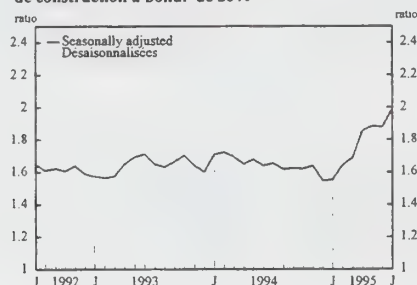
Sales by wholesale merchants of lumber and building materials have been affected by declining housing starts in both Canada and the United States. Since the beginning of the year, sales of lumber and building materials dropped 18.2% or \$363 million while inventory levels rose 5.0%. Consequently, the inventories-to-sales ratio in July swelled to 1.99, compared to 1.55 in January 1995.

La baisse des ventes des grossistes en métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage correspond également en juillet à une diminution des exportations de produits de métaux. En dépit du fait qu'il y ait eu peu de variation au cours de 1995, les ventes de ces grossistes sont 5,2% ou 79 millions\$ plus élevées que l'année dernière, principalement le résultat d'une hausse de prix de 13,3% pour la même période.

La diminution des mises en chantier au Canada et aux États Unis a influencé les ventes des distributeurs de bois et matériaux de construction. Depuis le début de l'année, les ventes de bois et matériaux de construction ont chuté de 18,2% ou 363 millions\$ tandis que les inventaires ont augmenté de 5,0%. Conséquemment, le ratio des inventaires sur les ventes atteint 1,99 en juillet alors qu'il s'élevait à 1,55 en janvier 1995.

**Inventories-to-sales ratio of lumber and building materials jumped 28% since January 1995**

**Depuis janvier 1995 le ratio des inventaires/ventes de bois et matériaux de construction a bondi de 28%**



### **Inventories-to-sales ratio highest in two years**

In July, wholesalers' inventories rose for the seventeenth consecutive month, up 0.8% to \$31.1 billion. The most significant increase, in current dollar terms, was in lumber and building materials, as inventories for wholesalers rose 2.9% or \$92 million.

The inventories-to-sales ratio continued to rise, reaching 1.54 in July. Weak sales since the beginning of the year paired with rising inventory levels has resulted in an increase of 6.9% in the inventories-to-sales ratio in the past six months.

### **Le ratio des inventaires/ventes est le plus élevé depuis deux ans**

En juillet, les inventaires des grossistes augmentent pour le 17<sup>ième</sup> mois consécutif, soit 0,8% pour se chiffrer à 31,1 milliards\$. La plus importante hausse en terme de dollars courants, s'observe pour le bois et matériaux de construction, dont les inventaires augmentent de 2,9% ou 92 millions\$.

Le ratio des inventaires sur les ventes continue de croître, atteignant 1,54 en juillet. Des ventes plutôt faibles depuis le début de l'année jumelées à des hausses d'inventaires ont contribué à une augmentation de 6,9% du ratio des inventaires sur les ventes au cours des six derniers mois.

## Statistical Tables

## Tableaux statistiques

Table 1.

## Wholesale Merchant Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region

No.	Trade Group	Sales Ventes				Year-to-date 1995	Change from previous month Variation du mois précédent	
		July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	Cumulatif	July 1995 Juillet	June 1995 Juin
		millions of dollars - millions de dollars						
	Trade Group - Canada							
1	Food products	3,638	3,635	3,691	3,619	25,489	0.1	-1.5
2	Beverage, drug and tobacco products	1,155	1,154	1,158	1,178	8,111	0.1	-0.3
3	Apparel and dry goods	435	430	440	449	3,118	1.1	-2.3
4	Household goods	630	634	656	626	4,468	-0.5	-3.4
5	Motor vehicles, parts and accessories	2,250	2,234	2,214	2,236	15,950	0.7	0.9
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1,582	1,639	1,631	1,651	11,350	-3.5	0.5
7	Lumber and building materials	1,636	1,684	1,669	1,683	12,450	-2.9	0.9
8	Farm machinery, equipment and supplies	492	485	486	456	3,456	1.4	-0.2
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	3,095	3,075	3,147	3,074	21,789	0.7	-2.3
10	Computers and packaged software	1,639	1,673	1,601	1,783	11,968	-2.0	4.5
11	Other products	3,598	3,558	3,508	3,507	24,736	1.1	1.4
12	Total, all trades	20,150	20,202	20,201	20,262	142,884	-0.3	—
	Regions							
13	Newfoundland	187	186	186	193	1,295	0.6	0.3
14	Prince Edward Island	37	50	48	42	301	-26.3	3.7
15	Nova Scotia	453	429	447	444	3,080	5.8	-4.1
16	New Brunswick	290	294	288	286	2,033	-1.3	2.0
17	Quebec	4,424	4,483	4,507	4,673	32,255	-1.3	-0.5
18	Ontario	8,843	8,791	8,811	8,810	61,916	0.6	-0.2
19	Manitoba	627	691	678	669	4,723	-9.3	2.0
20	Saskatchewan	660	668	686	717	4,949	-1.1	-2.6
21	Alberta	1,841	1,840	1,844	1,850	13,167	0.1	-0.2
22	British Columbia	2,762	2,743	2,681	2,556	18,995	0.7	2.3
23	Yukon	13	15	12	9	74	-12.1	19.1
24	Northwest Territories	13	12	14	14	96	8.0	-9.8



Tableau 1.

## Ventes des marchands de gros, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région

Change from previous month		Change from previous year					Groupe de commerce	N°
Variation du mois précédent		Variation de l'année précédente						
May 1995 Mai	April 1995 Avril	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	Year-to-date 1995 Cumulatif		
per cent - pourcentage								
							<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
2.0	-2.7	1.5	2.2	5.7	5.9	3.1	Produits alimentaires	1
-1.7	1.5	3.9	6.7	6.1	4.1	7.5	Boissons, médicaments et tabac	2
-1.8	0.6	-9.1	-15.6	-5.9	-1.7	-2.3	Vêtements et articles de mercerie	3
4.7	-2.0	3.6	2.3	7.4	5.3	7.8	Articles ménagers	4
-1.0	-5.1	3.3	3.6	3.3	5.8	8.2	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
-1.2	-0.3	5.2	11.4	12.7	18.5	16.1	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
-0.8	-8.7	-6.5	-2.5	-2.9	-2.1	4.2	Bois et matériaux de construction	7
6.5	-10.5	8.9	14.8	16.2	10.7	15.4	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
2.4	-1.3	5.0	4.8	6.7	8.6	8.6	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
-10.2	0.9	3.1	9.6	5.1	16.1	14.5	Ordinateurs et logiciel	10
--	0.6	14.0	11.1	13.4	15.4	17.4	Produits divers	11
-0.3	-2.1	4.1	5.2	6.6	8.7	9.4	<b>Total, ensemble des commerces</b>	12
							<b>Régions</b>	
-3.7	-0.9	-2.0	0.9	-0.4	2.9	0.3	Terre-Neuve	13
15.7	-1.8	-23.0	9.0	3.8	-12.2	-6.5	Île-du-Prince-Édouard	14
0.6	-1.1	10.5	5.6	11.3	10.8	8.8	Nouvelle-Écosse	15
-0.5	-7.9	10.0	6.1	11.5	11.6	14.3	Nouveau-Brunswick	16
-3.5	-1.5	1.1	2.7	2.9	8.9	7.1	Québec	17
--	-1.1	8.4	9.5	11.1	13.9	13.8	Ontario	18
1.3	-1.2	-0.3	7.6	11.0	8.3	9.4	Manitoba	19
-4.4	-3.8	14.6	10.0	18.9	20.9	22.2	Saskatchewan	20
-0.4	-1.9	-1.0	1.1	2.4	3.4	4.7	Alberta	21
4.9	-6.1	-2.1	-2.6	-2.4	-5.4	1.1	Colombie-Britannique	22
42.1	-7.6	34.0	58.1	56.7	-8.8	13.0	Yukon	23
-1.3	7.3	-11.4	-3.3	25.2	27.0	14.1	Territoires du Nord-Ouest	24

Table 2.

## Wholesale Merchants Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region

No.	Trade Group	Sales				
		Ventes				
		July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	Year-to-date 1995 Cumulatif
		millions of dollars - millions de dollars				
	<b>Trade Group - Canada</b>					
1	Food products	3,686	3,797	3,871	3,496	25,023
2	Beverage, drug and tobacco products	1,140	1,193	1,184	1,095	7,778
3	Apparel and dry goods	464	356	370	393	3,050
4	Household goods	551	592	596	549	3,924
5	Motor vehicles, parts and accessories	2,018	2,333	2,427	2,288	15,816
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1,505	1,774	1,744	1,599	11,195
7	Lumber and building materials	1,785	2,057	1,973	1,643	12,103
8	Farm machinery, equipment and supplies	509	566	598	529	3,391
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	2,913	3,319	3,283	2,873	21,489
10	Computers and packaged software	1,347	1,826	1,492	1,585	11,769
11	Other products	3,327	3,937	4,127	3,526	24,657
12	<b>Total, all trades</b>	<b>19,245</b>	<b>21,750</b>	<b>21,663</b>	<b>19,575</b>	<b>140,194</b>
	<b>Regions</b>					
13	Newfoundland	201	203	195	169	1,233
14	Prince Edward Island	42	63	57	37	304
15	Nova Scotia	496	496	503	416	3,074
16	New Brunswick	300	334	305	262	1,967
17	Quebec	4,166	4,797	4,868	4,467	31,345
18	Ontario	8,172	9,282	9,298	8,539	60,596
19	Manitoba	667	849	811	649	4,752
20	Saskatchewan	648	782	804	712	4,922
21	Alberta	1,766	1,986	2,010	1,763	12,937
22	British Columbia	2,755	2,927	2,786	2,539	18,899
23	Yukon	14	15	12	9	73
24	Northwest Territories	17	16	13	11	93

Tableau 2.

## Ventes des marchands de gros, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région

Change from previous year					Groupe de commerce	N°
Variation de l'année précédente						
July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	Year-to-date 1995 Cumulatif		
per cent - pourcentage						
					<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
0.6	1.2	7.2	4.6	2.9	Produits alimentaires	1
3.7	5.3	8.5	3.1	7.8	Boissons, médicaments et tabac	2
-9.0	-14.3	-2.8	-3.5	-0.6	Vêtements et articles de mercerie	3
0.3	1.9	7.2	0.1	5.5	Articles ménagers	4
1.8	0.3	4.1	1.2	7.1	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
2.9	11.0	14.5	17.2	15.8	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
-9.4	-3.6	-3.7	-5.1	2.1	Bois et matériaux de construction	7
8.8	8.7	17.7	12.5	14.9	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
3.2	4.6	10.5	4.7	9.0	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
-0.5	10.5	9.1	13.5	15.5	Ordinateurs et logiciels	10
13.4	8.6	14.4	13.5	16.8	Produits divers	11
<b>2.3</b>	<b>4.0</b>	<b>8.4</b>	<b>6.2</b>	<b>9.1</b>	<b>Total, ensemble des commerces</b>	<b>12</b>
					<b>Régions</b>	
-3.6	2.8	5.0	2.8	1.5	Terre-Neuve	13
-25.5	11.2	7.7	-15.1	-6.4	Île-du-Prince-Édouard	14
9.4	4.9	13.1	8.6	8.7	Nouvelle-Écosse	15
7.3	9.7	12.3	6.7	13.4	Nouveau-Brunswick	16
-1.5	2.3	4.4	8.9	7.6	Québec	17
7.0	7.4	13.3	10.5	13.1	Ontario	18
-1.0	7.4	13.6	4.9	8.9	Manitoba	19
9.9	7.2	20.4	23.3	23.2	Saskatchewan	20
-3.1	-0.6	3.6	-1.3	3.9	Alberta	21
-2.8	-2.7	-1.4	-8.1	0.6	Colombie-Britannique	22
37.9	66.4	46.0	-7.9	14.5	Yukon	23
-1.7	-2.9	19.4	31.7	12.4	Territoires du Nord-Ouest	24



Table 3.

## Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Sales

No.	Trade Group	Response Fraction			
		Fraction de réponse			
		July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril
		per cent - pourcentage			
	<b>Trade Group - Canada</b>				
1	Food products	91.2	93.2	92.2	93.4
2	Beverage, drug and tobacco products	91.1	91.4	90.6	92.5
3	Apparel and dry goods	87.4	89.0	85.4	87.3
4	Household goods	97.2	97.3	94.1	95.8
5	Motor vehicles, parts and accessories	90.2	94.4	94.4	91.6
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	83.4	93.9	87.7	84.4
7	Lumber and building materials	88.7	90.9	89.6	91.8
8	Farm machinery, equipment and supplies	91.0	93.1	81.5	81.0
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	85.5	86.9	85.8	83.5
10	Computers and packaged software	88.3	90.8	89.5	66.8
11	Other products	86.9	90.8	90.4	89.3
12	<b>Total, all trades</b>	<b>88.5</b>	<b>91.5</b>	<b>89.9</b>	<b>87.5</b>
	<b>Regions</b>				
13	Newfoundland	92.4	92.0	90.1	92.4
14	Prince Edward Island	85.8	88.5	89.1	88.0
15	Nova Scotia	87.9	89.0	87.3	86.4
16	New Brunswick	81.3	86.6	81.6	85.5
17	Quebec	91.2	93.6	91.1	88.8
18	Ontario	87.1	90.2	88.1	85.5
19	Manitoba	91.1	93.6	93.1	92.3
20	Saskatchewan	87.3	91.0	93.0	89.7
21	Alberta	87.1	90.4	92.0	89.1
22	British Columbia	89.9	93.4	91.9	89.5
23	Yukon	84.8	81.9	90.4	86.4
24	Northwest Territories	81.7	83.9	79.1	76.8

Tableau 3.

## Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des ventes

Coefficient of variation				Groupe de commerce	N°
Coefficient de variation					
July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril		
per cent - pourcentage					
				<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
2.5	2.7	2.4	2.4	Produits alimentaires	1
3.7	3.6	3.0	4.9	Boissons, médicaments et tabac	2
5.8	7.3	6.2	5.8	Vêtements et articles de mercerie	3
8.3	9.9	8.9	7.5	Articles ménagers	4
5.9	5.7	4.8	5.2	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
6.2	6.0	6.0	5.4	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
4.9	5.1	5.1	5.3	Bois et matériaux de construction	7
4.8	4.7	4.1	4.7	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
4.1	3.1	2.9	2.9	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
4.8	4.5	4.0	4.9	Ordinateurs et logiciels	10
4.2	3.3	3.4	3.6	Produits divers	11
1.5	1.4	1.3	1.4	<b>Total, ensemble des commerces</b>	12
				<b>Régions</b>	
4.1	4.7	4.6	4.8	Terre-Neuve	13
4.5	5.8	5.3	2.6	Île-du-Prince-Édouard	14
5.8	5.4	5.1	4.6	Nouvelle-Écosse	15
5.9	6.3	6.5	5.7	Nouveau-Brunswick	16
2.5	2.7	2.6	3.3	Québec	17
2.8	2.5	2.3	2.2	Ontario	18
2.5	1.9	2.4	2.6	Manitoba	19
4.5	5.1	4.8	4.0	Saskatchewan	20
3.0	3.8	2.9	3.0	Alberta	21
4.4	3.5	3.9	3.8	Colombie-Britannique	22
—	—	—	—	Yukon	23
0.1	0.1	0.2	0.2	Territoires du Nord-Ouest	24

Table 4.

## Wholesale Merchants Inventories, Seasonally Adjusted, by Trade Group

No.	Trade Group	Inventories Stocks				Change from previous month Variation du mois précédent	
		July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	July 1995 Juillet	June 1995 Juin
		millions of dollars - millions de dollars					
	<b>Trade Group - Canada</b>						
1	Food products	2,311	2,300	2,315	2,336	0.5	-0.7
2	Beverage, drug and tobacco products	1,409	1,397	1,402	1,404	0.9	-0.3
3	Apparel and dry goods	1,039	1,035	1,019	1,025	0.4	1.5
4	Household goods <sup>1</sup>	1,498	1,492	1,494	1,504	0.4	-0.2
5	Motor vehicles, parts and accessories	4,370	4,367	4,117	4,021	0.1	6.1
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	2,878	2,868	2,837	2,855	0.4	1.1
7	Lumber and building materials	3,257	3,164	3,146	3,127	2.9	0.6
8	Farm machinery, equipment and supplies	1,510	1,504	1,532	1,520	0.4	-1.8
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	6,755	6,701	6,648	6,528	0.8	0.8
10	Computers and packaged software	1,589	1,597	1,607	1,633	-0.5	-0.6
11	Other products	4,508	4,442	4,446	4,409	1.5	-0.1
12	<b>Total, all trades</b>	<b>31,125</b>	<b>30,867</b>	<b>30,563</b>	<b>30,360</b>	<b>0.8</b>	<b>1.0</b>

Table 5.

## Wholesale Merchants Inventories, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group

No.	Trade Group	Inventories Stocks			
		July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril
		millions of dollars - millions de dollars			
	<b>Trade Group - Canada</b>				
1	Food products	2,346	2,313	2,335	2,313
2	Beverage, drug and tobacco products	1,437	1,391	1,383	1,371
3	Apparel and dry goods	1,147	1,108	1,018	986
4	Household goods <sup>1</sup>	1,533	1,505	1,490	1,496
5	Motor vehicles, parts and accessories	4,402	4,435	4,289	4,202
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	2,906	2,913	2,941	2,983
7	Lumber and building materials	3,256	3,260	3,404	3,413
8	Farm machinery, equipment and supplies	1,553	1,547	1,601	1,584
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	6,914	6,738	6,723	6,577
10	Computers and packaged software	1,685	1,634	1,682	1,694
11	Other products	4,374	4,370	4,604	4,662
12	<b>Total, all trades</b>	<b>31,554</b>	<b>31,214</b>	<b>31,470</b>	<b>31,280</b>

<sup>1</sup> The household goods trade group does not contain seasonal variation behaviour. Thus, the figures appearing in this table reflect the unadjusted data.



Tableau 4.

## Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce

Change from previous month Variation du mois précédent		Change from previous year Variation de l'année précédente				Groupe de commerce	N°
May 1995 Mai	April 1995 Avril	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril		
per cent - pourcentage							
						Groupe de commerce - Canada	
-0.9	-1.1	7.5	5.4	9.1	10.0	Produits alimentaires	1
-0.1	-1.0	-2.0	4.5	8.7	9.0	Boissons, médicaments et tabac	2
-0.5	-0.7	-4.3	-0.9	-5.7	-3.4	Vêtements et articles de mercerie	3
-0.7	0.3	16.4	17.5	20.0	19.0	Articles ménagers <sup>1</sup>	4
2.4	0.4	17.9	20.4	15.2	11.8	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
-0.6	-0.7	13.5	13.2	13.6	13.0	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
0.6	0.5	12.5	11.7	9.0	10.3	Bois et matériaux de construction	7
0.8	-1.3	-0.7	1.9	9.1	11.6	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
1.8	2.2	16.3	16.1	14.9	16.9	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
-1.6	-2.5	-20.9	-16.9	-15.6	-6.0	Ordinateurs et logiciels	10
0.9	2.3	18.2	16.0	14.9	18.0	Produits divers	11
0.7	0.5	10.2	10.9	10.5	12.0	Total, ensemble des commerces	12

Tableau 5.

## Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce

Change from previous year Variation de l'année précédente				Groupe de commerce	N°
July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril		
per cent - pourcentage					
				<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
1.6	2.2	5.7	7.7	Produits alimentaires	1
6.9	8.4	12.4	9.8	Boissons, médicaments et tabac	2
-3.7	-0.4	-7.2	-5.5	Vêtements et articles de mercerie	3
15.4	16.7	19.3	20.4	Articles ménagers <sup>1</sup>	4
20.0	21.6	14.7	11.4	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
13.2	14.1	13.6	13.7	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
12.3	10.6	8.6	10.2	Bois et matériaux de construction	7
-0.3	1.2	8.8	10.7	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
17.2	16.2	15.2	16.9	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
-21.0	-16.5	-16.2	-6.5	Ordinateurs et logiciels	10
18.8	16.6	16.7	20.2	Produits divers	11
10.4	11.0	10.4	12.0	<b>Total, ensemble des commerces</b>	12

<sup>1</sup> Le groupe de commerce des articles ménagers ne compte pas de variation saisonnière. Ainsi, les chiffres qui apparaissent dans ce tableau représentent les données non-ajustées.

Table 6.

## Wholesale Merchants, Inventories/Sales Ratio Seasonally Adjusted, by Trade Group

No.	Trade Group	Inventories/sales ratio Rapport stocks/ventes			
		July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril
	<b>Trade Group - Canada</b>				
1	Food products	0.64	0.63	0.63	0.65
2	Beverage, drug and tobacco products	1.22	1.21	1.21	1.19
3	Apparel and dry goods	2.39	2.40	2.31	2.28
4	Household goods	2.38	2.35	2.28	2.40
5	Motor Vehicles, parts and accessories	1.94	1.95	1.86	1.80
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1.82	1.75	1.74	1.73
7	Lumber and building materials	1.99	1.88	1.89	1.86
8	Farm machinery, equipment and supplies	3.07	3.10	3.15	3.33
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	2.18	2.18	2.11	2.12
10	Computers and packaged software	0.97	0.95	1.00	0.92
11	Other products	1.25	1.25	1.27	1.26
12	<b>Total, all trades</b>	<b>1.54</b>	<b>1.53</b>	<b>1.51</b>	<b>1.50</b>

Table 7.

## Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Inventories

No.	Trade Group	Response fraction Fraction de réponse			
		July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril
	<b>Trade Group - Canada</b>				
		per cent - pourcentage			
1	Food products	80.7	83.6	83.4	85.5
2	Beverage, drug and tobacco products	82.3	82.9	85.9	87.7
3	Apparel and dry goods	62.0	65.0	60.9	62.1
4	Household goods	84.3	86.3	79.0	88.8
5	Motor Vehicles, parts and accessories	83.3	87.5	84.9	85.7
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	81.9	84.2	83.8	79.2
7	Lumber and building materials	71.9	72.5	74.8	76.1
8	Farm machinery, equipment and supplies	76.4	79.3	77.9	78.5
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	76.4	77.5	76.6	72.1
10	Computers and packaged software	76.5	72.5	74.3	71.4
11	Other products	66.7	69.7	66.3	69.9
12	<b>Total, all trades</b>	<b>76.5</b>	<b>78.5</b>	<b>77.2</b>	<b>77.2</b>

Tableau 6.

## Marchands de gros, rapport stocks/ventes désaisonnalisés, selon le groupe de commerce

Inventories/sales ratio Rapport stocks/ventes				Groupe de commerce	N°
July 1994 Juillet	June 1994 Juin	May 1994 Mai	April 1994 Avril		
				<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
0.60	0.61	0.61	0.62	Produits alimentaires	1
1.29	1.24	1.18	1.14	Boissons, médicaments et tabac	2
2.27	2.05	2.31	2.32	Vêtements et articles de mercerie	3
2.11	2.05	2.04	2.13	Articles ménagers	4
1.70	1.68	1.67	1.70	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
				Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
1.69	1.72	1.73	1.81	Bois et matériaux de construction	7
1.66	1.64	1.68	1.65	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
3.37	3.49	3.36	3.30	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
1.97	1.97	1.96	1.97	Ordinateurs et logiciels	10
1.26	1.26	1.25	1.13	Produits divers	11
1.21	1.20	1.25	1.23	<b>Total, ensemble des commerces</b>	12
1.46	1.45	1.46	1.45		

Tableau 7.

## Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des stocks

Coefficient of variation Coefficient de variation				Groupe de commerce	N°
July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril		
per cent - pourcentage				<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
4.2	4.2	3.8	3.4	Produits alimentaires,	1
5.8	5.7	5.2	6.4	Boissons, médicaments et tabac	2
7.4	6.7	6.7	6.8	Vêtements et articles de mercerie	3
9.3	9.9	8.3	7.4	Articles ménagers	4
5.6	5.1	5.9	5.7	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
5.3	5.1	5.1	5.0	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
7.3	7.2	7.0	6.7	Bois et matériaux de construction	7
5.7	5.7	5.8	5.8	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
3.4	3.4	3.4	3.4	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
5.7	5.2	5.2	5.1	Ordinateurs et logiciels	10
6.0	5.7	5.6	5.6	Produits divers	11
1.8	1.8	1.8	1.7	<b>Total, ensemble des commerces</b>	12



## ✓ Identify Emerging Trends

## ✓ Define New Markets

## ✓ Pinpoint Profit Opportunities

## ✓ Dégagez les nouvelles tendances

## ✓ Définissez les nouveaux marchés

## ✓ Déterminez les possibilités de profit

**T**o safeguard your place in tomorrow's marketplace, you have to be able to anticipate trends today. To do that, you're going to need some insight into the purchasing trends in the Canadian marketplace.

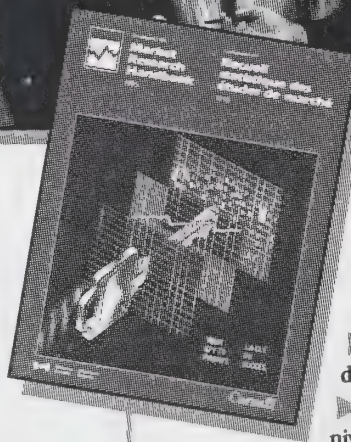
With a complete profile of Canadian consumers, plus an indepth analysis of Canadian industries, the **Market Research Handbook** gives you the most thorough coverage of purchasing trends. This valued bestseller can lead you to new markets by giving you details on:

- ▶ how much money Canadians are earning and what they're spending on cars, rent, home entertainment and household appliances;
  - ▶ the level of sales in retail chain and department stores;
  - ▶ what goods are being traded between Canada, U.S., and other countries;
  - ▶ census data such as: age/sex, schooling, households, unemployment, interprovincial and international migration
- ...and much, much more!

With over 600 pages, the **Handbook** includes more than 200 statistical tables that give you instant access to provincial and national market data. Featured are important economic indicators such as the **Gross Domestic Product**, **Labour Force Productivity**, **Private and Public Investment** and the **Consumer Price Index**.

Order your copy of the **Market Research Handbook** (Catalogue #63-2240XPB) today for only \$110 in Canada plus \$7.70 GST, US\$132 in the United States, and US\$154 in other countries.

**CALL TOLL-FREE 1-800-267-6677 OR FAX (613)951-1584** and use your VISA or MasterCard. **OR MAIL** your order to: Statistics Canada, Marketing Division, Sales and Service, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Regional Office listed in this publication.



**P**our maintenir votre place sur le marché de demain, vous devez être en mesure de prévoir les tendances aujourd'hui. Pour ce faire, vous devrez comprendre les habitudes d'achat sur le marché canadien.

Renfermant un profil complet des consommateurs canadiens ainsi qu'une analyse approfondie des industries canadiennes, le **Recueil statistique des études de marché** brosse un tableau exhaustif des habitudes d'achat. Ce précieux best-seller peut vous faire découvrir de nouveaux marchés en vous fournissant les détails suivants :

- ▶ les revenus des Canadiens et leurs dépenses pour la voiture, le loyer, les appareils de divertissement et les appareils ménagers;
  - ▶ le niveau des ventes dans les magasins de détail à succursales et les grands magasins;
  - ▶ les biens échangés entre le Canada, les É.-U. et d'autres pays;
  - ▶ les données du recensement telles que l'âge, le sexe, le niveau de scolarité, les ménages, le chômage, la migration interprovinciale et internationale
- ...et bien plus encore!

Le **Recueil**, contenant plus de 600 pages et au delà de 200 tableaux statistiques, vous permettra d'accéder instantanément aux données provinciales et nationales sur le marché. Il traite d'indicateurs économiques importants tels que le **produit intérieur brut**, la **productivité de la population active**, les **investissements privés et publics** et l'**Indice des prix à la consommation**.

Procurez-vous votre exemplaire du **Recueil statistique des études de marché** (n° 63-2240XPB au catalogue) dès aujourd'hui pour seulement 110 \$ au Canada plus 7,70 \$ de TPS, 132 \$ US aux États-Unis et 154 \$ US dans les autres pays. Commandez votre exemplaire **PAR TÉLÉPHONE EN COMPOSANT SANS FRAIS le 1-800-267-6677 OU PAR TÉLÉCOPIEUR** au (613) 951-1584 et utilisez votre carte VISA ou MasterCard, **OU PAR LA POSTE** à l'adresse suivante : Statistique Canada, Division du marketing, Vente et service, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou communiquez avec le bureau régional de Statistique Canada le plus près dont la liste figure dans la présente publication.









# Hire our team of researchers for \$56 a year

# Notre équipe de chercheurs est à votre service pour 56 \$ par année



**S**ubscribing to *Perspectives on Labour and Income* is like having a complete research department at your disposal. Solid facts. Unbiased analysis. Reliable statistics.

But *Perspectives* is more than just facts and figures. It offers authoritative insights into complex labour and income issues, analyzing the statistics to bring you simple, clear summaries of labour market and income trends.

Our team of experts brings you the latest labour and income data. Each quarterly issue provides:

- topical articles on current labour and income trends
- more than 50 key labour and income indicators
- a review of ongoing research
- information on new surveys

As a special bonus, twice a year you will also receive *The Labour Market Review*, giving you timely analysis on labour market performance over the previous six months or year.

## And all for only \$56!

Thousands of Canadian professionals turn to *Perspectives* to discover emerging trends in labour and income and to stay up to date on the latest research findings. As a subscriber, you will get the inside story.

We know you'll find *Perspectives* indispensable. GUARANTEED. If you aren't convinced after reading the first issue, we'll give you a FULL REFUND on all outstanding issues. Order your subscription to *Perspectives* today (Cat. No. 75-0010XPE).

## ORDER NOW!

For only \$56 (plus \$3.92 GST) you will receive the latest labour and income research (4 issues per year). Subscription rates are US\$68 for U.S. customers and US\$80 for customers in other countries. Fax your VISA or MasterCard order to: (613) 951-1584. Call toll free: 1-800-267-6677. Or mail to: Statistics Canada, Marketing Division, Sales and Service, 120 Parkdale Ave., Ottawa, Ontario K1A 0T6. Or contact your nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

**S'**abonner à *L'emploi et le revenu en perspective*, c'est disposer d'une division entière de chercheurs à votre service. Des faits solides. Des analyses objectives. Des statistiques fiables.

La publication n'a pas que des faits et des chiffres. Elle offre également des analyses de fond sur des questions complexes touchant l'emploi et le revenu, de façon à fournir des indications claires et précises sur les

tendances actuelles du marché du travail et des revenus.

Notre équipe de spécialistes met à votre disposition des données récentes sur l'emploi et le revenu. Dans chacun des numéros trimestriels, vous trouverez :

- des articles de fond sur l'emploi et le revenu
- plus de 50 indicateurs clés de l'emploi et du revenu
- un aperçu de la recherche en cours
- de l'information sur les nouvelles enquêtes

En prime, vous recevrez le *Bilan du marché du travail* deux fois l'an. Vous disposerez ainsi d'une analyse à jour de la situation du marché du travail pour les six derniers mois ou la dernière année.

## Tout cela pour 56 \$ seulement!

Des milliers de professionnels au Canada consultent *Perspective* pour connaître les tendances de l'emploi et du revenu, ainsi que les plus récents résultats de recherche. Votre abonnement vous permettra de connaître tous les faits.

Nous savons que *L'emploi et le revenu en perspective* deviendra pour vous un outil indispensable. C'EST GARANTI. Si vous n'êtes pas satisfait après avoir lu le premier numéro, nous vous REMBOURSERONS le montant payé pour les numéros à venir. Abonnez-vous à *Perspective* (n° 75-0010XPF au cat.) dès aujourd'hui.

## ABONNEZ-VOUS DÈS MAINTENANT!

Pour 56 \$ seulement (TPS de 3,92 \$ en sus), vous recevrez les plus récentes recherches sur l'emploi et le revenu (quatre numéros par année). L'abonnement est de 68 \$ US aux États-Unis et de 80 \$ US dans les autres pays. Faites parvenir votre commande par télécopieur (VISA ou MasterCard) au (613) 951-1584, par téléphone (sans frais) au 1-800-267-6677, par courrier à Statistique Canada, Division du marketing, Vente et service, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6. Ou communiquez avec le Centre de consultation de Statistique Canada le plus près. (Voir la liste dans la présente publication).

# Are you getting your information on the Canadian economy "first-hand"?

Chances are, you spend hours reading several newspapers and a handful of magazines trying to get the whole economic picture -- only to spend even more time weeding out fiction from fact! Wouldn't it be a great deal more convenient (and much more effective) to go straight to the source?

Join the thousands of successful Canadian decision-makers who turn to Statistic Canada's *Canadian Economic Observer* for their monthly briefing. Loaded with first-hand information, collectively published nowhere else, CEO is a quick, concise and panoramic overview of the Canadian economy. Its reliability and completeness are without equal.

## A single source

Consultations with our many readers -- financial analysts, planners, economists and business leaders -- have contributed to CEO's present, widely-acclaimed, two-part format. The **Analysis Section** includes thought-provoking commentary on current economic conditions, issues, trends and developments. The **Statistical Summary** contains the complete range of hard numbers on critical economic indicators: markets, prices, trade, demographics, unemployment and more.

More practical, straightforward and user-friendly than ever before, the *Canadian Economic Observer* gives you more than 150 pages of in-depth information in one indispensable source.

## Why purchase CEO?

As a subscriber, you'll be directly connected to Statistics Canada's economic analysts -- names and phone numbers are listed with articles and features. You'll also receive a copy of CEO's annual **Historical Statistical Supplement** -- at no additional cost.

So why wait for others to publish Statistics Canada's data second-hand when you can have it straight from the source? Order your subscription to the *Canadian Economic Observer* today.

The *Canadian Economic Observer* (catalogue no. 10-2300XPB) is \$220 annually in Canada, US\$260 in the United States and US\$310 in other countries. Highlights of the *Canadian Composite Leading Indicator* (catalogue no. 11F0008XFE) are available by fax -- the same day of release -- for \$70 annually in Canada and US\$70 in the United States.

To order, write to: Statistics Canada, Marketing Division, Sales and Service, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication. If more convenient, fax your order to 1-613-951-1584 or call toll-free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard.

# Recevez-vous directement vos informations sur l'économie canadienne?

Il est probable que vous passez des heures à lire plusieurs journaux et un paquet de revues pour essayer d'avoir une vue complète de la situation économique, et ensuite passer encore plus de temps à séparer le réel de ce qui ne l'est pas. Ne serait-il pas plus pratique (et beaucoup plus efficace) de remonter directement à la source?

Joignez-vous aux milliers de décideurs canadiens gagnants qui lisent *L'Observateur économique canadien* pour leur séance de rapport mensuelle. Rempli de renseignements disponibles nulle part ailleurs, L'OEC permet d'avoir une vue générale rapide et concise de l'économie canadienne. Il est inégalé par sa fiabilité et son exhaustivité.

## Une seule source

Les consultations que nous avons eues avec nos nombreux lecteurs, des analystes financiers, des planificateurs, des économistes et des chefs d'entreprise, nous ont permis de présenter L'OEC dans son format actuel en deux parties, qui a été bien accueilli. La **section de l'analyse** contient des commentaires qui donnent à réfléchir sur la conjoncture économique, ses problèmes, ses tendances et ses développements. L'**aperçu statistique** contient l'ensemble complet des chiffres réels pour les indicateurs économiques essentiels : les marchés, les prix, le commerce, la démographie, le chômage, et bien d'autres encore.

Plus pratique, plus simple, plus facile à utiliser qu'auparavant, *L'Observateur économique canadien* vous offre plus de 150 pages de renseignements poussés sous une seule couverture.

## Pourquoi acheter L'OEC?

En tant qu'abonné à L'OEC, vous êtes directement relié aux analystes économiques de Statistique Canada : des noms et des numéros de téléphone sont cités dans les articles et les rubriques. Vous recevrez également un exemplaire du **Supplément statistique historique annuel à titre gracieux**.

Pourquoi devez-vous donc attendre que d'autres publient les données de Statistique Canada qu'ils ont reprises alors que vous pouvez les obtenir directement à la source? Abonnez-vous à *L'Observateur économique canadien* dès aujourd'hui.

Le prix de l'abonnement annuel à *L'Observateur économique canadien* (n° 10-2300XPB au catalogue) est de 220 \$ au Canada, de 260 \$ US aux États-Unis et de 310 \$ US dans les autres pays. Les faits saillants de l'*Indicateur composite avancé* (n° 11F0008XFE au catalogue) sont offerts par télécopieur -- le jour même de leur parution -- pour 70 \$ par année au Canada et 70 \$ US aux États-Unis.

Pour commander, écrivez à : Statistique Canada, Division du marketing, Vente et service, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou adressez-vous au Centre de consultation de Statistique Canada le plus proche de chez vous et dont la liste figure dans cette publication. Si vous le préférez, vous pouvez envoyer votre commande par télécopieur au 1-613-951-1584, ou téléphoner sans frais au 1-800-267-6677 et utiliser votre carte VISA ou MasterCard.





Catalogue 63-008 Monthly

# Wholesale Trade

August 1995

Catalogue 63-008 Mensuel

# Commerce de gros

Août 1995



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada



## Data in Many Forms . . .

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-out, microfiche and microfilm, and magnetic tape. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

### How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Wholesale Trade Section,  
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 1-613-951-3541) or to the Statistics Canada reference centre in:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montréal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Toll-free access is provided in all provinces and territories, **for users who reside outside the local dialing area** of any of the regional reference centres.

National Enquiries Line	1-800-263-1136
National Telecommunications Device for the Hearing Impaired	1-800-363-7629
National Toll-free Order-only Line (Canada and United States)	1-800-267-6677

### How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Marketing Division, Sales and Service, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)  
Facsimile Number (1-613-951-1584)  
Toronto Credit Card Only (1-416-973-8018)

### Standards of Service to the Public

To maintain quality service to the public, Statistics Canada follows established standards covering statistical products and services, delivery of statistical information, cost-recovered services and services to respondents. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

## Des données sous plusieurs formes . . .

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimé d'ordinateur, microfiche et microfilm, et bande magnétique. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinoilingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

### Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doit être adressée à la:

Section du commerce de gros,  
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 1-613-951-3541) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montréal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, **aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres régionaux de consultation.

Service national de renseignements	1-800-263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1-800-363-7629
Service national du numéro sans frais pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1-800-267-6677

### Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Division du marketing, Vente et service, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)  
Numéro du télécopieur (1-613-951-1584)  
Toronto Carte de crédit seulement (1-416-973-8018)

### Normes de service au public

Afin de maintenir la qualité du service au public, Statistique Canada observe des normes établies en matière de produits et de services statistiques, de diffusion d'information statistique, de services à recouvrement des coûts et de services aux répondants. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.



Statistics Canada  
Industry Division  
Retail Trade Section

# Wholesale Trade

August 1995

Statistique Canada  
Division de l'industrie  
Section du commerce de détail

# Commerce de gros

Août 1995

Published by authority of the Minister  
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1995

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission from Licence Services, Marketing Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

October 1995

Price: Canada: \$18.00 per issue,  
\$180.00 annually

United States: US\$22.00 per issue,  
US\$216.00 annually

Other Countries: US\$26.00 per issue,  
US\$252.00 annually

Catalogue No. 63-008, Vol. 58, No. 8

ISSN 0380-7894

Ottawa

Publication autorisée par le ministre  
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1995

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable des Services de concession des droits de licence, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Octobre 1995

Prix : Canada : 18 \$ l'exemplaire,  
180 \$ par année

États-Unis : 22 \$ US l'exemplaire,  
216 \$ US par année

Autres pays : 26 \$ US l'exemplaire,  
252 \$ US par année

N° 63-008 au catalogue, vol. 58, n° 8

ISSN 0380-7894

Ottawa

## Note of Appreciation

*Canada owes the success of its statistical system to a long-standing cooperation involving Statistics Canada, the citizens of Canada, its businesses, governments and other institutions. Accurate and timely statistical information could not be produced without their continued cooperation and goodwill.*

## Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, les administrations canadiennes et les autres organismes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.*

## Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

### NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

### A NOTE ON CANSIM

The data published in Wholesale Trade (Matrix Nos. 0059, 0061, 0648, 0649) (Catalogue No. 63-008) are also available in machine readable form through CANSIM (Canadian – Socio-Economic Information Management System). Users interested in accessing data via CANSIM should contact one of Statistics Canada's regional centres at the numbers listed on the inside front cover of this publication, or contact the Marketing Division, Statistics Canada, R.H. Coats Building, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

This publication was prepared under the direction of:

- **G. Andrusiak**, Director, Industry Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **M. Marcogliese**, Chief, Wholesale Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **C. Mamay**, Economist, Wholesale Trade section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences – Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 – 1984.



## Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans les publications de Statistique Canada:

- .. chiffres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- valeurs infimes.
- P chiffres provisoires.
- r chiffres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

### NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

### NOTE AU SUJET DE CANSIM

Les données qui sont publiées sur le Commerce de gros (matrice nos 0059, 0061, 0648, 0649) (n° 63-008 au catalogue) peuvent être obtenues sous forme lisible par machine de CANSIM (Système canadien d'information socio-économique). Les utilisateurs voulant obtenir des chiffres par l'intermédiaire de CANSIM peuvent contacter un des centres de consultation de Statistique Canada dont les numéros de téléphone figurent au verso du couvert de cette publication ou en communiquant directement avec la Division du marketing, Statistique Canada, Immeuble R.H. Coats, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **G. Andrusiak**, directeur, division de l'industrie
- **R. Lussier**, directeur adjoint, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **M. Marcogliese**, chef, section du commerce de gros, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **C. Mamay**, économiste, section du commerce de gros, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences – "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 – 1984.





## TABLE OF CONTENTS

	PAGE
<b>Introduction</b>	<b>iv</b>
<b>Highlights</b>	<b>v</b>
<b>Statistical Tables</b>	
1. Wholesale Merchants Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region	2-3
2. Wholesale Merchants Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region	4-5
3. Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Sales	6-7
4. Wholesale Merchants Inventories, Seasonally Adjusted, by Trade Group	8-9
5. Wholesale Merchants Inventories, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group	8-9
6. Wholesale Merchants Inventories/Sales Ratio, Seasonally Adjusted, by Trade Group	10-11
7. Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Inventories	10-11

## TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
<b>Introduction</b>	<b>iv</b>
<b>Faits saillants</b>	<b>v</b>
<b>Tableaux statistiques</b>	
1. Ventes des marchands de gros, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région	2-3
2. Ventes des marchands de gros, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région	4-5
3. Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des ventes	6-7
4. Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce	8-9
5. Stocks des marchands de gros, non-désaisonnalisés, selon le groupe de commerce	8-9
6. Marchands de gros, rapport stocks/ventes, désaisonné, selon le groupe de commerce	10-11
7. Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des stocks	10-11

## Introduction

This publication presents estimates of monthly sales of wholesale merchant establishments for Canada, each province and territory. In addition to total sales, sales and inventories, as well as inventories to sales ratios appear for major trade groups based on the 1980 Standard Industrial Classification.

Sales figures are on a net basis (gross sales less returns, adjustments and discounts) whether on cash or credit, and exclude any taxes collected. Also included are commissions earned by wholesalers also acting as agents, while the sales of goods owned by others are excluded.

Inventory figures are the value of the goods owned and held for resale. Included are any inventory in transit or on consignment. Excluded are goods owned and held in inventory abroad, and inventories held on consignment from others.

The estimates contained in this publication are derived from a redesigned monthly survey which incorporates a revised list of wholesale businesses. For a more detailed discussion of the new survey methodology see Appendix II in the January issue.

Establishments in wholesale trade are primarily engaged in selling merchandise to retailers, to industrial, commercial, institutional and professional users, to farmers for use in farm production, and for export; or acting as agents or brokers in buying or selling merchandise to such persons or organizations on a commission basis.

However, sales to end-users of certain commodities (usually capital or investment goods) such as computer equipment, feed, seed or other farm supplies, lumber and building materials, trucks and commercial vehicles, and all types of machinery and equipment, are always classified to wholesale trade. A complete review of definitions and concepts appears in Appendix I, in the January issue.

Users should note that each month, unless otherwise indicated, this publication will contain preliminary estimates for the current month and revised estimates for the preceding month for the unadjusted series. The estimates of the seasonally adjusted series are revised for the preceding three months.

## Introduction

La présente publication donne des estimations des ventes mensuelles des établissements de commerce de gros pour le Canada ainsi que pour chaque province et territoire. En plus des ventes totales, elle contient des données ventilées pour les ventes et les stocks, ainsi que les rapports entre les stocks et les ventes, selon les grands groupes de commerce établis par la Classification type des industries de 1980.

Les chiffres concernent les ventes nettes (ventes brutes diminuées des rendus, des rabais et des escomptes), à crédit ou au comptant, sans les taxes perçues. Sont incluses les commissions obtenues par les grossistes faisant aussi fonction d'agents, mais non les ventes de marchandises appartenant à d'autres entreprises.

Les données sur les stocks représentent la valeur des marchandises possédées et détenues pour la revente. Sont inclus tous les stocks en transit ou en consignment. Ne sont pas comptées les marchandises possédées et détenues à l'étranger, ainsi que les stocks détenus en consignment pour les autres.

Les estimations contenues dans la présente publication sont tirées d'une enquête mensuelle remaniée, qui se fonde sur une liste révisée des établissements de commerce de gros. L'appendice II dans le numéro de janvier, traite en détail de la méthodologie employée pour l'enquête.

Les établissements dont l'activité principale est le commerce de gros vendent des marchandises à des détaillants, à d'autres grossistes, à des industriels, à des commerçants, à des établissements publics, à des professionnels, à des agriculteurs s'il s'agit de marchandises destinées à la production agricole, et à d'autres pays; ou encore vendent des marchandises ou en achètent pour le compte d'autrui, à titre d'agents ou de courtiers, moyennant une commission.

Par ailleurs, on attribue toujours au commerce de gros les ventes de certains produits destinés à l'utilisateur final (habituellement les biens d'équipement ou d'investissement), par exemple le matériel informatique, aliments pour animaux, les semences et les autres fournitures agricoles, le bois et les matériaux de construction, les camions et les véhicules commerciaux, et tous les genres de machines et de matériel. L'appendice I dans le numéro de janvier contient l'ensemble des définitions et des concepts.

L'utilisateur devrait noter que la publication renfermera tous les mois, à moins d'indication contraire, les estimations provisoires pour le mois en cours et les estimations révisées du mois précédent pour les séries non désaisonnalisées. Les estimations des séries désaisonnalisées sont révisées pour les trois mois précédents.

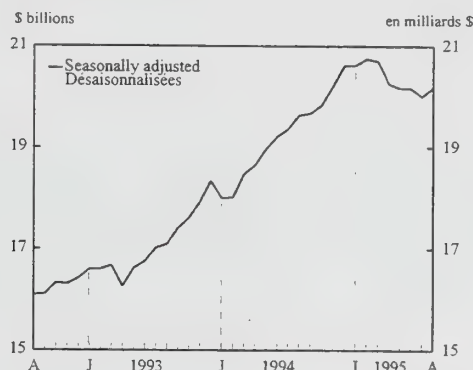
## Highlights

Wholesale merchants' sales grew by 0.9% to \$20.2 billion in August, the first increase in six months. While sales by wholesalers were up 2.8% or \$553 million from a year earlier, they were 2.1%, or \$435 million lower compared to January 1995. This decline illustrates the economic slowdown in 1995 and the weak demand experienced by wholesalers and their counterparts in manufacturing.

## Faits saillants

Les ventes des marchands de gros ont augmenté de 0.9% pour atteindre 20,2 milliards\$ en août, une première hausse en six mois. Par rapport au même mois de l'année précédente, les ventes des grossistes sont 553 millions\$ plus élevées (+2,8%), mais comparativement à janvier 1995, elles sont inférieures de 435 millions\$ (-2,1%). Ceci illustre le ralentissement économique observé en 1995 et la faible demande de biens chez les grossistes ainsi que chez leurs équivalents du secteur manufacturier.

**Sales increased in August but are still weak in 1995.**  
**Les ventes ont augmenté en août mais demeurent faibles en 1995.**



Compared with July, sales were higher in 8 of the 11 trade groups (accounting for nearly 65% of all sales in August). Wholesalers of industrial and other machinery, equipment and supplies made the largest current-dollar contribution to the upswing (1.9% or \$58 million), with the computers and packaged software group a very close second (3.5% or \$57 million). Wholesalers of other products (pulp, paper and other paper products, agricultural and industrial chemicals, etc.) posted a third consecutive increase in sales (1.2% or \$44 million). By contrast, the sales by wholesalers of food products dropped 2.2% or \$77 million; this group alone accounted for over 80% of the combined decrease in the three groups that posted declines in August.

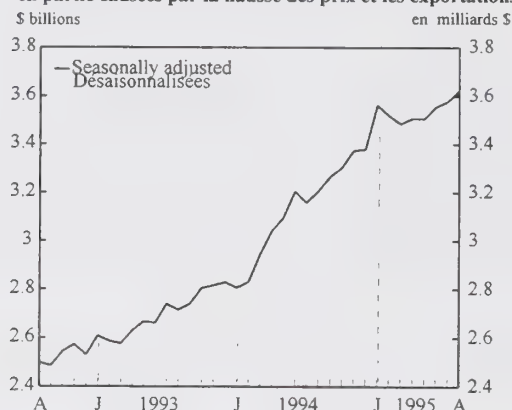
Sales have remained strong for wholesalers of other products in 1995. By August, they had gained 7.2% (\$242 million) since January 1995, and 13.0% (\$417 million) since August 1994. In the last 12 months, higher prices for paper and paper products (+39.3%) and chemicals and chemical products (+7.9%), along with increased exports of newsprint, other paper and paperboard (+36.0%) as well as chemicals, plastics and fertilizers (+22.4%), were partly responsible for the group's solid performance.

Les marchands de gros ont enregistré des ventes supérieures pour 8 des 11 groupes de commerce (représentant près de 65% des ventes totales en août) comparativement au mois précédent. Ce sont les grossistes de machines, matériel et fournitures industriels et autres qui contribuent le plus en dollars courants au redressement (1,9% ou 58 millions\$) suivis de très près par les grossistes d'ordinateurs et de logiciels (3,5% ou 57 millions\$). Ceux des produits divers (la pâte de bois, le papier et autres produits de papier, les produits chimiques agricoles et industriels, etc.) accusent une troisième hausse consécutive de leurs ventes, soit 1,2% ou 44 millions\$. Par contre, les grossistes de produits alimentaires diminuent de 2,2% ou 77 millions\$, représentant ainsi à eux seuls pour le mois d'août, plus de 80% de l'ensemble du recul des trois groupes affichant des baisses.

Les ventes des grossistes de produits divers sont demeurées vigoureuses en 1995. En fait, ces derniers affichent au mois d'août un gain de 7,2% (242 millions\$) depuis le mois de janvier 1995 et un gain de 13,0% ou 417 millions\$ comparativement au mois d'août 1994. La forte croissance de ce groupe est en partie liée à la hausse des prix et l'augmentation des exportations dans les 12 derniers mois. Ainsi, les prix du papier et des produits connexes et ceux des produits chimiques ont augmenté respectivement de 39,3% et 7,9%. Pour leur part, les exportations de papier journal, autres papiers et cartons sont en hausses de 36,0% et les exportation de produits chimiques, les plastiques et les engrais de 22,4%.



Sales of other products were strong in 1995 due in part to price increases and exports.  
Les ventes de produits divers étaient vigoureuses en 1995 en partie causées par la hausse des prix et les exportations.



The sales by wholesalers of food products, on the other hand, have slowed appreciably since the peak attained in March 1995. By August, they had fallen by \$253 million or 6.8%. Over the same period, fruit and vegetable imports dropped by 4.5%. Sales by food retailers and shipments by food manufacturers have also slipped since spring.

#### Inventories and inventories-to-sales ratio still rising

In August, wholesalers' inventories were up for the 18th consecutive month, climbing 1.0% to \$31.3 billion. One of the most significant increases in current dollar terms was in computers and packaged software, as inventories jumped 5.6%, or \$92 million, compared with July levels. The increase was related partly to the launch of the "Windows 95" software package in late August.

Despite substantial growth in August sales, the inventories-to-sales ratio remained high, unchanged from July at 1.55. In the previous 12 months, its lowest level was 1.42 in December 1994. The ratio indicates that in August 1995, for every \$100 worth of sales, wholesalers held goods valued at \$155 as inventories. An increase in the ratio implies a slower rate of inventory turnover and higher costs for wholesalers.

Par opposition, les ventes des grossistes de produits alimentaires, après avoir atteint un sommet en mars dernier, ont ralenti considérablement par la suite. Ces derniers affichent un recul de 6,8% ou 253 millions\$ depuis le mois de mars 1995. Pour la même période, les importations de fruits et de légumes affichaient un recul de 4,5%. De plus, les ventes des détaillants et les livraisons manufacturières de produits alimentaires enregistraient également des baisses depuis le printemps.

#### Le niveau des inventaires continue d'augmenter ainsi que le ratio des inventaires/ventes

En août, les inventaires des marchands de gros augmentent pour un 18<sup>e</sup> mois consécutif, soit 1,0% pour se chiffrer à 31,3 milliards\$. Une des plus importantes hausses du niveau des stocks, en dollars courants, s'observe chez les grossistes d'ordinateurs et de logiciels, un bond de 5,6% ou 92 millions\$ par rapport à juillet. L'augmentation des stocks de ces grossistes est liée entre autres au lancement du nouveau logiciel "WINDOWS 95" survenu vers la fin du mois d'août.

Malgré une hausse importante des ventes en août, le ratio des inventaires sur les ventes demeure élevé à 1,55, inchangé par rapport à juillet. Dans les douze derniers mois, il était à son plus bas niveau en décembre 1994, soit 1,42. Ce ratio indique que pour le mois d'août 1995, les marchands de gros détenaient des inventaires évalués à 155\$ pour un montant de ventes réalisées de l'ordre de 100\$. Une augmentation de ce ratio indique donc un taux de rotation plus lent des stocks et par le fait même une hausse des coûts pour les grossistes.

## Statistical Tables

## Tableaux statistiques

Table 1.

## Wholesale Merchant Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region

No.	Trade Group	Sales Ventes				Year-to-date 1995	Change from previous month	
		August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	Cumulatif	Variation du mois précédent	
							August 1995 Août	July 1995 Juillet
		millions of dollars - millions de dollars						
	Trade Group - Canada							
1	Food products	3,468	3,545	3,597	3,671	28,807	-2.2	-1.4
2	Beverage, drug and tobacco products	1,205	1,166	1,159	1,161	9,334	3.3	0.6
3	Apparel and dry goods	456	437	432	442	3,579	4.4	1.1
4	Household goods	668	650	646	655	5,167	2.7	0.7
5	Motor vehicles, parts and accessories	2,187	2,199	2,220	2,204	18,063	-0.6	-0.9
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1,587	1,592	1,638	1,631	12,947	-0.4	-2.8
7	Lumber and building materials	1,645	1,620	1,683	1,668	14,077	1.5	-3.8
8	Farm machinery, equipment and supplies	507	493	486	487	3,965	2.8	1.4
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	3,154	3,096	3,078	3,149	24,949	1.9	0.6
10	Computers and packaged software	1,687	1,630	1,673	1,601	13,647	3.5	-2.6
11	Other products	3,621	3,577	3,555	3,505	28,331	1.2	0.6
12	Total, all trades	20,184	20,007	20,169	20,175	162,865	0.9	-0.8
	Regions							
13	Newfoundland	192	189	187	186	1,489	1.5	1.0
14	Prince Edward Island	40	37	50	48	340	7.8	-26.3
15	Nova Scotia	449	452	431	446	3,529	-0.5	4.9
16	New Brunswick	286	289	293	287	2,317	-1.2	-1.2
17	Quebec	4,436	4,421	4,478	4,502	36,677	0.4	-1.3
18	Ontario	8,806	8,783	8,767	8,795	70,623	0.3	0.2
19	Manitoba	689	633	693	681	5,423	8.8	-8.7
20	Saskatchewan	660	600	663	681	5,540	10.0	-9.5
21	Alberta	1,891	1,861	1,848	1,849	15,091	1.6	0.7
22	British Columbia	2,709	2,718	2,733	2,673	21,642	-0.4	-0.5
23	Yukon	12	11	15	12	84	8.1	-27.4
24	Northwest Territories	14	14	13	14	110	2.7	8.7



Tableau 1.

## Ventes des marchands de gros, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région

Change from previous month  Variation du mois précédent		Change from previous year  Variation de l'année précédente					Groupe de commerce	N°
June 1995 Juin	May 1995 Mai	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	Year-to-date 1995 Cumulatif		
per cent - pourcentage							<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
-2.0	1.5	-3.1	-1.1	1.1	5.1	1.7	Produits alimentaires	1
-0.2	-1.4	8.6	4.9	7.1	6.5	7.9	Boissons, médicaments et tabac	2
-2.1	-1.6	-2.6	-8.7	-15.1	-5.7	-2.2	Vêtements et articles de mercerie	3
-1.3	4.6	3.9	6.9	4.3	7.2	7.9	Articles ménagers	4
0.7	-1.4	-3.4	0.9	2.9	2.8	6.3	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
0.4	-1.2	1.5	5.9	11.4	12.7	14.2	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
0.9	-0.9	-8.1	-7.4	-2.6	-3.0	2.5	Bois et matériaux de construction	7
-0.1	6.6	10.3	9.1	15.0	16.3	14.8	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
-2.3	2.4	5.4	5.0	4.9	6.7	8.2	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
4.5	-10.2	8.3	2.6	9.6	5.2	13.6	Ordinateurs et logiciel	10
1.4	—	13.0	13.4	11.0	13.3	16.7	Produits divers	11
—	-0.4	2.8	3.4	5.0	6.4	8.4	<b>Total, ensemble des commerces</b>	12
							<b>Régions</b>	
0.5	-3.5	6.9	-1.3	1.3	-0.3	1.3	Terre-Neuve	13
3.6	15.6	-14.5	-23.2	8.8	3.7	-7.6	Île-du-Prince-Édouard	14
-3.5	0.4	8.2	10.0	6.1	11.1	8.7	Nouvelle-Écosse	15
1.9	0.4	7.1	9.8	5.9	11.4	13.3	Nouveau-Brunswick	16
-0.5	-3.7	1.4	1.0	2.6	2.8	6.4	Québec	17
-0.3	-0.2	5.3	7.7	9.2	10.9	12.5	Ontario	18
1.8	1.8	5.8	0.6	7.9	11.4	9.1	Manitoba	19
-2.8	-4.9	10.5	4.1	9.2	18.2	19.2	Saskatchewan	20
—	-0.1	0.2	—	1.5	2.7	4.3	Alberta	21
2.2	4.6	-4.3	-3.7	-3.0	-2.7	0.1	Colombie-Britannique	22
24.1	38.9	31.4	12.9	61.1	53.2	12.5	Yukon	23
-9.7	-0.9	8.8	-10.5	-2.9	25.6	13.7	Territoires du Nord-Ouest	24

Table 2.

## Wholesale Merchants Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region

No.	Trade Group	Sales				
		Ventes				
		August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	Year-to-date 1995 Cumulatif
		millions of dollars - millions de dollars				
	<b>Trade Group - Canada</b>					
1	Food products	3,583	3,591	3,797	3,871	28,511
2	Beverage, drug and tobacco products	1,279	1,148	1,193	1,184	9,064
3	Apparel and dry goods	641	465	356	370	3,692
4	Household goods	726	565	592	596	4,664
5	Motor vehicles, parts and accessories	2,182	1,965	2,333	2,427	17,944
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1,704	1,521	1,774	1,744	12,915
7	Lumber and building materials	1,902	1,762	2,057	1,973	13,982
8	Farm machinery, equipment and supplies	617	508	566	598	4,007
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	3,113	2,905	3,319	3,283	24,595
10	Computers and packaged software	1,542	1,334	1,826	1,492	13,298
11	Other products	3,511	3,293	3,937	4,127	28,134
12	<b>Total, all trades</b>	<b>20,800</b>	<b>19,056</b>	<b>21,750</b>	<b>21,663</b>	<b>160,807</b>
	<b>Regions</b>					
13	Newfoundland	212	201	203	195	1,445
14	Prince Edward Island	40	42	63	57	344
15	Nova Scotia	468	493	496	503	3,539
16	New Brunswick	310	300	334	305	2,276
17	Quebec	4,744	4,158	4,797	4,868	36,082
18	Ontario	8,931	8,095	9,282	9,298	69,451
19	Manitoba	709	671	849	811	5,465
20	Saskatchewan	703	585	782	804	5,563
21	Alberta	1,914	1,779	1,986	2,010	14,863
22	British Columbia	2,741	2,703	2,927	2,786	21,587
23	Yukon	12	12	15	12	82
24	Northwest Territories	17	17	16	13	110

Tableau 2.

## Ventes des marchands de gros, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région

Change from previous year					Groupe de commerce	N°
Variation de l'année précédente						
August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	Year-to-date 1995 Cumulatif		
per cent - pourcentage						
					<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
-3.3	-2.0	1.2	7.2	1.8	Produits alimentaires	1
8.6	4.5	5.3	8.5	8.0	Boissons, médicaments et tabac	2
1.7	-9.0	-14.3	-2.8	-0.2	Vêtements et articles de mercerie	3
6.5	2.9	1.9	7.2	6.0	Articles ménagers	4
-3.6	-0.9	0.3	4.1	5.4	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
1.8	4.0	11.0	14.5	13.9	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
-8.5	-10.5	-3.6	-3.7	0.4	Bois et matériaux de construction	7
15.5	8.6	8.7	17.7	15.0	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
5.4	2.9	4.6	10.5	8.5	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
5.3	-1.4	10.5	9.1	14.1	Ordinateurs et logiciels	10
13.6	12.2	8.6	14.4	16.3	Produits divers	11
<b>2.7</b>	<b>1.3</b>	<b>4.0</b>	<b>8.4</b>	<b>8.1</b>	<b>Total, ensemble des commerces</b>	12
					<b>Régions</b>	
8.0	-3.6	2.8	5.0	2.4	Terre-Neuve	13
-18.7	-25.1	11.2	7.7	-8.0	Île-du-Prince-Édouard	14
8.8	8.7	4.9	13.1	8.6	Nouvelle-Écosse	15
6.6	7.2	9.7	12.3	12.4	Nouveau-Brunswick	16
1.7	-1.7	2.3	4.4	6.8	Québec	17
5.5	6.0	7.4	13.3	11.9	Ontario	18
5.7	-0.4	7.4	13.6	8.5	Manitoba	19
8.3	-0.8	7.2	20.4	19.8	Saskatchewan	20
-0.6	-2.4	-0.6	3.6	3.4	Alberta	21
-4.9	-4.6	-2.7	-1.4	-0.3	Colombie-Britannique	22
28.7	15.0	66.4	46.0	13.1	Yukon	23
11.9	-1.4	-2.9	19.4	12.4	Territoires du Nord-Ouest	24



Table 3.

## Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Sales

No.	Trade Group	Response Fraction			
		Fraction de réponse			
		August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai
		per cent - pourcentage			
	<b>Trade Group - Canada</b>				
1	Food products	89.0	93.4	93.2	92.2
2	Beverage, drug and tobacco products	87.9	93.5	91.4	90.6
3	Apparel and dry goods	87.4	88.8	89.0	85.4
4	Household goods	94.9	97.4	97.3	94.1
5	Motor vehicles, parts and accessories	92.2	94.4	94.4	94.4
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	84.8	84.0	93.9	87.7
7	Lumber and building materials	88.8	90.0	90.9	89.6
8	Farm machinery, equipment and supplies	88.0	91.8	93.1	81.5
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	80.5	86.9	86.9	85.8
10	Computers and packaged software	88.1	90.5	90.8	89.5
11	Other products	84.8	89.6	90.8	90.4
12	<b>Total, all trades</b>	<b>87.0</b>	<b>90.6</b>	<b>91.5</b>	<b>89.9</b>
	<b>Regions</b>				
13	Newfoundland	90.4	93.0	92.0	90.1
14	Prince Edward Island	84.8	86.5	88.5	89.1
15	Nova Scotia	86.8	90.4	89.0	87.3
16	New Brunswick	79.0	85.1	86.6	81.6
17	Quebec	90.6	93.6	93.6	91.1
18	Ontario	83.9	89.0	90.2	88.1
19	Manitoba	89.1	93.4	93.6	93.1
20	Saskatchewan	84.7	90.4	91.0	93.0
21	Alberta	85.7	89.2	90.4	92.0
22	British Columbia	92.3	91.2	93.4	91.9
23	Yukon	78.2	89.6	81.9	90.4
24	Northwest Territories	73.2	82.0	83.9	79.1

Tableau 3.

## Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des ventes

Coefficient of variation				Groupe de commerce	N°
Coefficient de variation					
August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai		
per cent - pourcentage					
				<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
2.2	2.4	2.7	2.4	Produits alimentaires	1
3.3	3.6	3.6	3.0	Boissons, médicaments et tabac	2
8.2	5.8	7.3	6.2	Vêtements et articles de mercerie	3
7.4	7.8	9.9	8.9	Articles ménagers	4
4.9	4.4	5.7	4.8	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
6.3	6.1	6.0	6.0	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
5.4	5.0	5.1	5.1	Bois et matériaux de construction	7
5.3	4.9	4.7	4.1	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
3.5	4.1	3.1	2.9	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
4.0	5.0	4.5	4.0	Ordinateurs et logiciels	10
4.2	4.2	3.3	3.4	Produits divers	11
<b>1.4</b>	<b>1.4</b>	<b>1.4</b>	<b>1.3</b>	<b>Total, ensemble des commerces</b>	<b>12</b>
				<b>Régions</b>	
3.9	4.1	4.7	4.6	Terre-Neuve	13
2.9	4.4	5.8	5.3	Île-du-Prince-Édouard	14
3.8	5.8	5.4	5.1	Nouvelle-Écosse	15
5.7	5.7	6.3	6.5	Nouveau-Brunswick	16
2.8	2.5	2.7	2.6	Québec	17
2.5	2.6	2.5	2.3	Ontario	18
3.9	3.8	1.9	2.4	Manitoba	19
6.6	5.1	5.1	4.8	Saskatchewan	20
3.1	2.9	3.8	2.9	Alberta	21
3.7	4.3	3.5	3.9	Colombie-Britannique	22
0.8	--	--	--	Yukon	23
0.9	0.1	0.1	0.2	Territoires du Nord-Ouest	24

Table 4.

## Wholesale Merchants Inventories, Seasonally Adjusted, by Trade Group

No.	Trade Group	Inventories Stocks				Change from previous month Variation du mois précédent	
		August 1995	July 1995	June 1995	May 1995	August 1995	July 1995
		Août	Juillet	Juin	Mai	Août	Juillet
		millions of dollars - millions de dollars					
	<b>Trade Group - Canada</b>						
1	Food products	2,267	2,230	2,287	2,306	1.7	-2.5
2	Beverage, drug and tobacco products	1,421	1,415	1,398	1,403	0.4	1.2
3	Apparel and dry goods	1,021	1,027	1,030	1,017	-0.6	-0.2
4	Household goods <sup>1</sup>	1,515	1,499	1,493	1,495	1.1	0.4
5	Motor vehicles, parts and accessories	4,264	4,237	4,350	4,091	0.6	-2.6
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	2,889	2,888	2,866	2,836	--	0.8
7	Lumber and building materials	3,213	3,226	3,151	3,144	-0.4	2.4
8	Farm machinery, equipment and supplies	1,483	1,502	1,500	1,529	-1.2	0.1
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	6,873	6,778	6,701	6,649	1.4	1.2
10	Computers and packaged software	1,729	1,637	1,628	1,625	5.6	0.6
11	Other products	4,598	4,530	4,452	4,454	1.5	1.7
12	<b>Total, all trades</b>	<b>31,273</b>	<b>30,968</b>	<b>30,856</b>	<b>30,549</b>	<b>1.0</b>	<b>0.4</b>

Table 5.

## Wholesale Merchants Inventories, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group

No.	Trade Group	Inventories Stocks			
		August 1995	July 1995	June 1995	May 1995
		Août	Juillet	Juin	Mai
		millions of dollars - millions de dollars			
	<b>Trade Group - Canada</b>				
1	Food products	2,262	2,245	2,313	2,335
2	Beverage, drug and tobacco products	1,473	1,445	1,391	1,383
3	Apparel and dry goods	1,076	1,134	1,108	1,018
4	Household goods <sup>1</sup>	1,555	1,531	1,505	1,490
5	Motor vehicles, parts and accessories	4,213	4,249	4,435	4,289
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	2,904	2,922	2,913	2,941
7	Lumber and building materials	3,110	3,244	3,260	3,404
8	Farm machinery, equipment and supplies	1,480	1,550	1,547	1,601
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	6,969	6,946	6,738	6,723
10	Computers and packaged software	1,736	1,698	1,634	1,682
11	Other products	4,478	4,384	4,370	4,604
12	<b>Total, all trades</b>	<b>31,254</b>	<b>31,350</b>	<b>31,214</b>	<b>31,470</b>

<sup>1</sup> The household goods trade group does not contain seasonal variation behaviour. Thus, the figures appearing in this table reflect the unadjusted data.



Tableau 4.

## Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce

Change from previous month Variation du mois précédent		Change from previous year Variation de l'année précédente				Groupe de commerce	N <sup>o</sup>
June 1995 Juin	May 1995 Mai	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai		
per cent - pourcentage							
						<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
-0.8	-1.3	3.6	3.7	4.8	8.7	Produits alimentaires	1
-0.4	-0.1	-3.1	-1.6	4.5	8.8	Boissons, médicaments et tabac	2
1.2	-0.7	-9.1	-5.4	-1.4	-5.9	Vêtements et articles de mercerie	3
-0.2	-0.6	17.4	16.5	17.6	20.1	Articles ménagers <sup>1</sup>	4
6.3	1.7	16.0	14.3	20.0	14.4	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
1.1	-0.6	13.4	13.9	13.2	13.6	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
0.2	0.5	10.9	11.4	11.2	8.9	Bois et matériaux de construction	7
-1.9	0.6	-5.6	-1.3	1.6	8.9	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
0.8	1.8	10.6	16.7	16.1	14.9	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
0.2	-0.5	-2.9	-18.5	-15.3	-14.7	Ordinateurs et logiciels	10
--	1.0	20.1	18.8	16.3	15.1	Produits divers	11
1.0	0.6	9.4	9.6	10.9	10.4	<b>Total, ensemble des commerces</b>	12

Tableau 5.

## Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce

Change from previous year Variation de l'année précédente				Groupe de commerce	N <sup>o</sup>
August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai		
per cent - pourcentage					
				<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
0.1	-2.8	2.2	5.7	Produits alimentaires	1
2.7	7.4	8.4	12.4	Boissons, médicaments et tabac	2
-8.8	-4.8	-0.4	-7.2	Vêtements et articles de mercerie	3
16.2	15.2	16.7	19.3	Articles ménagers <sup>1</sup>	4
16.8	15.8	21.6	14.7	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
13.0	13.8	14.1	13.6	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
10.6	11.9	10.6	8.6	Bois et matériaux de construction	7
-5.2	-0.5	1.2	8.8	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
11.1	17.8	16.2	15.2	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
-2.1	-20.4	-16.5	-16.2	Ordinateurs et logiciels	10
20.5	19.1	16.6	16.7	Produits divers	11
9.6	9.7	11.0	10.4	<b>Total, ensemble des commerces</b>	12

<sup>1</sup> Le groupe de commerce des articles ménagers ne compte pas de variation saisonnière. Ainsi, les chiffres qui apparaissent dans ce tableau représentent les données non-ajustées.

Table 6.

## Wholesale Merchants, Inventories/Sales Ratio Seasonally Adjusted, by Trade Group

No.	Trade Group	Inventories/sales ratio Rapport stocks/ventes			
		August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai
	<b>Trade Group - Canada</b>				
1	Food products	0.65	0.63	0.64	0.63
2	Beverage, drug and tobacco products	1.18	1.21	1.21	1.21
3	Apparel and dry goods	2.24	2.35	2.38	2.30
4	Household goods	2.27	2.30	2.31	2.28
5	Motor Vehicles, parts and accessories	1.95	1.93	1.96	1.86
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1.82	1.81	1.75	1.74
7	Lumber and building materials	1.95	1.99	1.87	1.88
8	Farm machinery, equipment and supplies	2.93	3.05	3.09	3.14
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	2.18	2.19	2.18	2.11
10	Computers and packaged software	1.02	1.00	0.97	1.01
11	Other products	1.27	1.27	1.25	1.27
12	<b>Total, all trades</b>	<b>1.55</b>	<b>1.55</b>	<b>1.53</b>	<b>1.51</b>

Table 7.

## Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Inventories

No.	Trade Group	Response fraction Fraction de réponse			
		August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai
		per cent - pourcentage			
	<b>Trade Group - Canada</b>				
1	Food products	83.0	84.2	83.6	83.4
2	Beverage, drug and tobacco products	84.4	86.7	82.9	85.9
3	Apparel and dry goods	62.5	63.9	65.0	60.9
4	Household goods	84.1	85.1	86.3	79.0
5	Motor Vehicles, parts and accessories	84.6	87.4	87.5	84.9
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	74.5	82.5	84.2	83.8
7	Lumber and building materials	72.2	73.6	72.5	74.8
8	Farm machinery, equipment and supplies	74.7	76.9	79.3	77.9
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	69.5	77.5	77.5	76.6
10	Computers and packaged software	68.5	78.6	72.5	74.3
11	Other products	60.5	69.0	69.7	66.3
12	<b>Total, all trades</b>	<b>73.3</b>	<b>78.5</b>	<b>78.5</b>	<b>77.2</b>

Tableau 6.

## Marchands de gros, rapport stocks/ventes désaisonnalisés, selon le groupe de commerce

Inventories/sales ratio Rapport stocks/ventes				Groupe de commerce	N°
August 1994 Août	July 1994 Juillet	June 1994 Juin	May 1994 Mai		
				<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
0.61	0.60	0.61	0.61	Produits alimentaires	1
1.32	1.29	1.24	1.18	Boissons, médicaments et tabac	2
2.40	2.27	2.05	2.31	Vêtements et articles de mercerie	3
2.01	2.11	2.05	2.04	Articles ménagers	4
1.62	1.70	1.68	1.67	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
				Métaux, articles de quincaillerie, matériel de	6
1.63	1.69	1.72	1.73	plomberie et de chauffage	
1.62	1.66	1.64	1.68	Bois et matériaux de construction	7
3.42	3.37	3.49	3.36	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
2.08	1.97	1.97	1.96	Machines, matériel et fournitures industriels et	9
				autres	
1.14	1.26	1.26	1.25	Ordinateurs et logiciels	10
1.20	1.21	1.20	1.25	Produits divers	11
<b>1.46</b>	<b>1.46</b>	<b>1.45</b>	<b>1.46</b>	<b>Total, ensemble des commerces</b>	<b>12</b>

Tableau 7.

## Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des stocks

Coefficient of variation Coefficient de variation				Groupe de commerce	N°
August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai		
per cent - pourcentage					
				<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
3.3	4.0	4.2	3.8	Produits alimentaires,	1
5.2	5.7	5.7	5.2	Boissons, médicaments et tabac	2
7.2	7.4	6.7	6.7	Vêtements et articles de mercerie	3
8.1	9.0	9.9	8.3	Articles ménagers	4
4.5	3.8	5.1	5.9	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
5.3	5.3	5.1	5.1	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de	6
				plomberie et de chauffage	
7.4	7.3	7.2	7.0	Bois et matériaux de construction	7
5.9	5.8	5.7	5.8	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
3.5	3.4	3.4	3.4	Machines, matériel et fournitures industriels et	9
				autres	
4.7	5.8	5.2	5.2	Ordinateurs et logiciels	10
6.4	5.7	5.7	5.6	Produits divers	11
<b>1.8</b>	<b>1.7</b>	<b>1.8</b>	<b>1.8</b>	<b>Total, ensemble des commerces</b>	<b>12</b>



# Hire our team of researchers for \$56 a year

# Notre équipe de chercheurs est à votre service pour 56 \$ par année



**S**ubscribing to *Perspectives on Labour and Income* is like having a complete research department at your disposal. Solid facts. Unbiased analysis. Reliable statistics.

But *Perspectives* is more than just facts and figures. It offers authoritative insights into complex labour and income issues, analyzing the statistics to bring you simple, clear summaries of labour market and income trends.

Our team of experts brings you the latest labour and income data. Each quarterly issue provides:

- topical articles on current labour and income trends
- more than 50 key labour and income indicators
- a review of ongoing research
- information on new surveys

As a special bonus, twice a year you will also receive *The Labour Market Review*, giving you timely analysis on labour market performance over the previous six months or year.

**And all for only \$56!**

Thousands of Canadian professionals turn to *Perspectives* to discover emerging trends in labour and income and to stay up to date on the latest research findings. As a subscriber, you will get the inside story.

We know you'll find *Perspectives* indispensable. GUARANTEED. If you aren't convinced after reading the first issue, we'll give you a FULL REFUND on all outstanding issues. Order your subscription to *Perspectives* today (Cat. No. 75-0010XPE).

## ORDER NOW!

For only \$56 (plus \$3.92 GST) you will receive the latest labour and income research (4 issues per year). Subscription rates are US\$68 for U.S. customers and US\$80 for customers in other countries. Fax your VISA or MasterCard order to: (613) 951-1584. Call toll free: 1-800-267-6677. Or mail to: Statistics Canada, Marketing Division, Sales and Service, 120 Parkdale Ave., Ottawa, Ontario K1A 0T6. Or contact your nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

**S'**abonner à *L'emploi et le revenu en perspective*, c'est disposer d'une division entière de chercheurs à votre service. Des faits solides. Des analyses objectives. Des statistiques fiables.

La publication n'a pas que des faits et des chiffres. Elle offre également des analyses de fond sur des questions complexes touchant l'emploi et le revenu, de façon à fournir des indications claires et précises sur les

tendances actuelles du marché du travail et des revenus.

Notre équipe de spécialistes met à votre disposition des données récentes sur l'emploi et le revenu. Dans chacun des numéros trimestriels, vous trouverez :

- des articles de fond sur l'emploi et le revenu
- plus de 50 indicateurs clés de l'emploi et du revenu
- un aperçu de la recherche en cours
- de l'information sur les nouvelles enquêtes

En prime, vous recevrez le *Bilan du marché du travail* deux fois l'an. Vous disposerez ainsi d'une analyse à jour de la situation du marché du travail pour les six derniers mois ou la dernière année.

**Tout cela pour 56 \$ seulement!**

Des milliers de professionnels au Canada consultent *Perspective* pour connaître les tendances de l'emploi et du revenu, ainsi que les plus récents résultats de recherche. Votre abonnement vous permettra de connaître tous les faits.

Nous savons que *L'emploi et le revenu en perspective* deviendra pour vous un outil indispensable. C'EST GARANTI. Si vous n'êtes pas satisfait après avoir lu le premier numéro, nous vous REMBOURSERONS le montant payé pour les numéros à venir. Abonnez-vous à *Perspective* (n° 75-0010XPF au cat.) dès aujourd'hui.

## ABONNEZ-VOUS DÈS MAINTENANT!

Pour 56 \$ seulement (TPS de 3,92 \$ en sus), vous recevrez les plus récentes recherches sur l'emploi et le revenu (quatre numéros par année). L'abonnement est de 68 \$ US aux États-Unis et de 80 \$ US dans les autres pays. Faites parvenir votre commande par télécopieur (VISA ou MasterCard) au (613) 951-1584, par téléphone (sans frais) au 1-800-267-6677, par courrier à Statistique Canada, Division du marketing, Vente et service, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6. Ou communiquez avec le Centre de consultation de Statistique Canada le plus près. (Voir la liste dans la présente publication).

**METHOD OF PAYMENT:**

VISA, MasterCard and  
Purchase Orders only.  
Please do not send  
confirmation. A fax will be  
treated as an original order.

INTERNET: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)

Fax

**Please ensure that all information is completed.**

(Check only one)

Signature \_\_\_\_\_

Expiry Date	_____
-------------	-------

Please make cheque or money order payable to the  
Receiver General for Canada - Publications.

(Please enclose)

**Authorized Signature**

PF 093238

# Canada



# Canada



✓ **Identify  
Emerging Trends**

✓ **Define New  
Markets**

✓ **Pinpoint Profit  
Opportunities**

✓ **Dégagez les  
nouvelles tendances**

✓ **Définissez les  
nouveaux marchés**

✓ **Déterminez les  
possibilités de profit**

**T**o safeguard your place in tomorrow's marketplace, you have to be able to anticipate trends today. To do that, you're going to need some insight into the purchasing trends in the Canadian marketplace.

With a complete profile of Canadian consumers, plus an indepth analysis of Canadian industries, the **Market Research Handbook** gives you the most thorough coverage of purchasing trends. This valued bestseller can lead you to new markets by giving you details on:

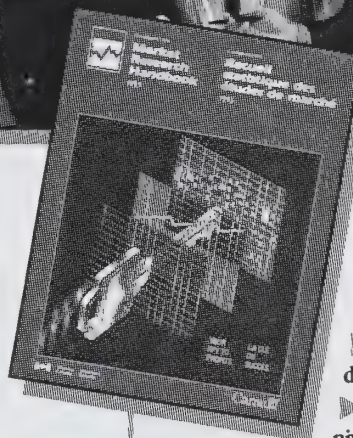
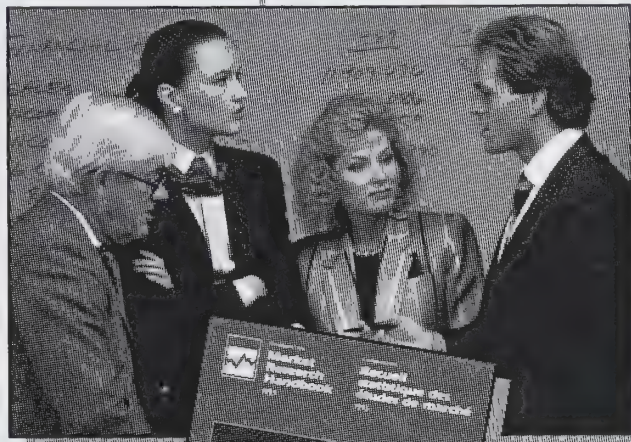
- how much money Canadians are earning and what they're spending on cars, rent, home entertainment and household appliances;
- the level of sales in retail chain and department stores;
- what goods are being traded between Canada, U.S., and other countries;
- census data such as: age/sex, schooling, households, unemployment, interprovincial and international migration

...and much, much more!

With over 600 pages, the **Handbook** includes more than 200 statistical tables that give you instant access to provincial and national market data. Featured are important economic indicators such as the **Gross Domestic Product**, **Labour Force Productivity**, **Private and Public Investment** and the **Consumer Price Index**.

Order your copy of the **Market Research Handbook** (Catalogue #63-2240XPB) today for only \$110 in Canada plus \$7.70 GST, US\$132 in the United States, and US\$154 in other countries.

**CALL TOLL-FREE 1-800-267-6677 OR FAX (613)951-1584** and use your VISA or MasterCard. **OR MAIL** your order to: Statistics Canada, Marketing Division, Sales and Service, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Regional Office listed in this publication.



**P**our maintenir votre place sur le marché de demain, vous devez être en mesure de prévoir les tendances aujourd'hui. Pour ce faire, vous devrez comprendre les habitudes d'achat sur le marché canadien.

Renfermant un profil complet des consommateurs canadiens ainsi qu'une analyse approfondie des industries canadiennes, le **Recueil statistique des études de marché** brosse un tableau exhaustif des habitudes d'achat. Ce précieux best-seller peut vous faire découvrir de nouveaux marchés en vous fournissant les détails suivants :

- les revenus des Canadiens et leurs dépenses pour la voiture, le loyer, les appareils de divertissement et les appareils ménagers;
- le niveau des ventes dans les magasins de détail à succursales et les grands magasins;
- les biens échangés entre le Canada, les É.-U. et d'autres pays;
- les données du recensement telles que l'âge, le sexe, le niveau de scolarité, les ménages, le chômage, la migration interprovinciale et internationale

...et bien plus encore!

Le **Recueil**, contenant plus de 600 pages et au delà de 200 tableaux statistiques, vous permettra d'accéder instantanément aux données provinciales et nationales sur le marché. Il traite d'indicateurs économiques importants tels que le **produit intérieur brut**, la **productivité de la population active**, les **investissements privés et publics** et l'**Indice des prix à la consommation**.

Procurez-vous votre exemplaire du **Recueil statistique des études de marché** (n° 63-2240XPB au catalogue) dès aujourd'hui pour seulement 110 \$ au Canada plus 7,70 \$ de TPS, 132 \$ US aux États-Unis et 154 \$ US dans les autres pays. Commandez votre exemplaire **PAR TÉLÉPHONE EN COMPOSANT SANS FRAIS le 1-800-267-6677 OU PAR TÉLÉCOPIEUR** au (613) 951-1584 et utilisez votre carte VISA ou MasterCard, **OU PAR LA POSTE** à l'adresse suivante : Statistique Canada, Division du marketing, Vente et service, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou communiquez avec le bureau régional de Statistique Canada le plus près dont la liste figure dans la présente publication.



*Don't let the changing world  
take you by surprise!*

*Ne soyez pas dépassé  
par les événements!*



An aging population. Lone-parent families. A diverse labour force. Do you know how today's social changes will affect your future ... your organization ... and your family?

Keep pace with the dramatic shifts in Canada's evolving social fabric with Statistic Canada's best-selling quarterly, *Canadian Social Trends*. With vast and varied reports on major changes in key social issues and trends, this periodical incorporates findings from over 50 national surveys.

Written by some of Canada's leading-edge social analysts, *Canadian Social Trends* combines painstaking research with dynamic prose on topics like ethnic diversity, low-income families, time-crunch stress, violent crime and much more — all in a colourful, easy-to-read, magazine format.

*A lasting record of changing times!*

Join the thousands of business and policy analysts, social-science professionals, and academics who trust *Canadian Social Trends* to demystify the causes and consequences of change in Canadian society. Don't miss a single issue — subscribe today.

*Canadian Social Trends* (catalogue number 11-0080XPE) is \$34 annually in Canada, US\$41 in the United States and US\$48 in other countries.

Le vieillissement de la population. Les familles monoparentales. La diversification de la population active. Savez-vous comment les changements sociaux d'aujourd'hui vont se répercuter sur votre avenir, votre organisation, votre famille?

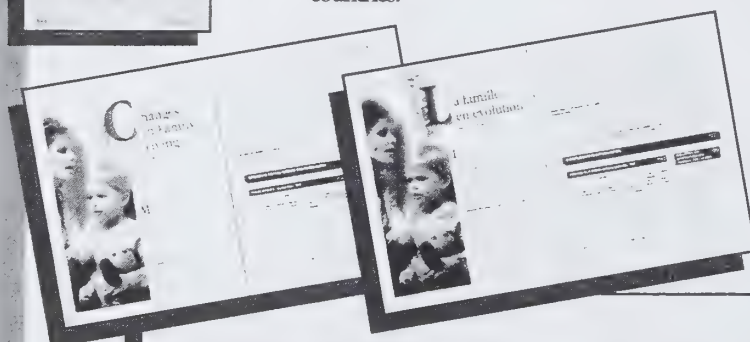
Suivez l'évolution spectaculaire de la société canadienne grâce à *Tendances sociales canadiennes*, une publication trimestrielle de Statistique Canada. Avec des articles vastes et variés sur les principaux changements caractérisant les questions et les tendances sociales principales, cette publication intègre les résultats de plus de 50 enquêtes nationales.

Certains des analystes sociaux les plus reconnus du Canada rédigent des articles dans *Tendances sociales canadiennes*. Ils présentent les résultats de recherches minutieuses dans un style attrayant pour des sujets tels que la diversité ethnique, les familles à faible revenu, le stress dû au manque de temps, le crime et bien d'autres encore dans une revue haute en couleur et de lecture aisée.

*Un dossier permanent d'une époque en évolution!*

Des milliers d'analystes des entreprises et des politiques, de professionnels des sciences sociales et d'universitaires lisent *Tendances sociales canadiennes* pour identifier les causes et les conséquences de l'évolution de la société canadienne. Ne manquez pas un numéro, abonnez-vous dès aujourd'hui.

L'abonnement annuel à *Tendances sociales canadiennes* (n° 11-0080XPF au catalogue) coûte 34 \$ au Canada, 41 \$ US aux États-Unis et 48 \$ US dans les autres pays.



To order, write to Statistics Canada, Marketing Division, Sales and Service, 120 Parkdale Ave., Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

If more convenient, fax your order to 1-613-951-1584 or call toll-free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard.

Pour passer votre commande, écrivez à Statistique Canada, Division du marketing, Vente et service, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou adressez-vous au centre de services-conseils de Statistique Canada le plus proche de chez vous et dont la liste figure dans cette publication.

Vous pouvez aussi envoyer votre commande par télécopieur, au 1-613-951-1584, ou téléphoner sans frais au 1-800-267-6677 et donner votre numéro de carte VISA ou MasterCard.



Catalogue 63-008 Monthly \_

# Wholesale Trade

September 1995

Catalogue 63-008 Mensuel

# Commerce de gros

Septembre 1995



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada



## Data in Many Forms . . .

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-out, microfiche and microfilm, and magnetic tape. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

### How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Wholesale Trade Section,  
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 1-613-951-3541) or to the Statistics Canada Reference Centre in:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montréal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the Regional Reference Centres.

National Enquiries Line	1-800-263-1136
National Telecommunications Device for the Hearing Impaired	1-800-363-7629
National Toll-free Order-only Line (Canada and United States)	1-800-267-6677

### How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Ave., Ottawa, Ontario, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)  
Facsimile Number (1-613-951-1584)  
Toronto Credit Card Only (1-416-973-8018)

### Standards of Service to the Public

To maintain quality service to the public, Statistics Canada follows established standards covering statistical products and services, delivery of statistical information, cost-recovered services and services to respondents. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

## Des données sous plusieurs formes . . .

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimé d'ordinateur, microfiche et microfilm, et bande magnétique. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinales et le système d'extraction de Statistique Canada.

### Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doit être adressée à la:

Section du commerce de gros,  
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 1-613-951-3541) ou au Centre de consultation de Statistique Canada à:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montréal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des Centres régionaux de consultation.

Service national de renseignements	1-800-263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1-800-363-7629
Service national du numéro sans frais pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1-800-267-6677

### Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à Statistique Canada, la Division des Opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario), K1A 0T6.

(1-613-951-7277)  
Numéro du télécopieur (1-613-951-1584)  
Toronto Carte de crédit seulement (1-416-973-8018)

### Normes de service au public

Afin de maintenir la qualité du service au public, Statistique Canada observe des normes établies en matière de produits et de services statistiques, de diffusion d'information statistique, de services à recouvrement des coûts et de services aux répondants. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.



Statistics Canada  
Industry Division  
Wholesale Trade Section

# Wholesale Trade

September 1995

Statistique Canada  
Division de l'industrie  
Section du commerce de gros

# Commerce de gros

Septembre 1995

Published by authority of the Minister  
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1995

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission from Licence Services, Marketing Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

November 1995

Price: Canada: \$18.00 per issue,  
\$180.00 annually

United States: US\$22.00 per issue,  
US\$216.00 annually

Other Countries: US\$26.00 per issue,  
US\$252.00 annually

Catalogue No. 63-008, Vol. 58, No. 9

ISSN 0380-7894

Ottawa

Publication autorisée par le ministre  
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1995

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable des Services de concession des droits de licence, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Novembre 1995

Prix : Canada : 18 \$ l'exemplaire,  
180 \$ par année

États-Unis : 22 \$ US l'exemplaire,  
216 \$ US par année

Autres pays : 26 \$ US l'exemplaire,  
252 \$ US par année

N° 63-008 au catalogue, vol. 58, n° 9

ISSN 0380-7894

Ottawa

---

## Note of Appreciation

*Canada owes the success of its statistical system to a long-standing cooperation involving Statistics Canada, the citizens of Canada, its businesses, governments and other institutions. Accurate and timely statistical information could not be produced without their continued cooperation and goodwill.*

---

## Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, les administrations canadiennes et les autres organismes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.*

## Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

## Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans les publications de Statistique Canada:

- .. chiffres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- valeurs infimes.
- P chiffres provisoires.
- r chiffres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

### NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

### A NOTE ON CANSIM

The data published in Wholesale Trade (Matrix Nos. 0059, 0061, 0648, 0649) (Catalogue No. 63-008) are also available in machine readable form through CANSIM (Canadian – Socio-Economic Information Management System). Users interested in accessing data via CANSIM should contact one of Statistics Canada's regional centres at the numbers listed on the inside front cover of this publication, or contact the Marketing Division, Statistics Canada, R.H. Coats Building, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

This publication was prepared under the direction of:

- **G. Andrusiak**, Director, Industry Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **M. Marcogliese**, Chief, Wholesale Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **C. Mamay**, Economist, Wholesale Trade section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences – Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 – 1984.

### NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

### NOTE AU SUJET DE CANSIM

Les données qui sont publiées sur le Commerce de gros (matrice n<sup>os</sup> 0059, 0061, 0648, 0649) (n<sup>o</sup> 63-008 au catalogue) peuvent être obtenues sous forme lisible par machine de CANSIM (Système canadien d'information socio-économique). Les utilisateurs voulant obtenir des chiffres par l'intermédiaire de CANSIM peuvent contacter un des centres de consultation de Statistique Canada dont les numéros de téléphone figurent au verso du couvert de cette publication ou en communiquant directement avec la Division du marketing, Statistique Canada, Immeuble R.H. Coats, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **G. Andrusiak**, directeur, division de l'industrie
- **R. Lussier**, directeur adjoint, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **M. Marcogliese**, chef, section du commerce de gros, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **C. Mamay**, économiste, section du commerce de gros, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'«American National Standard for Information Sciences» – «Permanence of Paper for Printed Library Materials», ANSI Z39.48 – 1984.





## TABLE OF CONTENTS

	PAGE
<b>Introduction</b>	iv
<b>Highlights</b>	v
<b>Statistical Tables</b>	
1. Wholesale Merchants Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region	2-3
2. Wholesale Merchants Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region	4-5
3. Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Sales	6-7
4. Wholesale Merchants Inventories, Seasonally Adjusted, by Trade Group	8-9
5. Wholesale Merchants Inventories, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group	8-9
6. Wholesale Merchants Inventories/Sales Ratio, Seasonally Adjusted, by Trade Group	10-11
7. Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Inventories	10-11

## TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
<b>Introduction</b>	iv
<b>Faits saillants</b>	v
<b>Tableaux statistiques</b>	
1. Ventes des marchands de gros, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région	2-3
2. Ventes des marchands de gros, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région	4-5
3. Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des ventes	6-7
4. Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce	8-9
5. Stocks des marchands de gros, non-désaisonnalisés, selon le groupe de commerce	8-9
6. Marchands de gros, rapport stocks/ventes, désaisonné, selon le groupe de commerce	10-11
7. Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des stocks	10-11

## Introduction

This publication presents estimates of monthly sales of wholesale merchant establishments for Canada, each province and territory. In addition to total sales, sales and inventories, as well as inventories to sales ratios appear for major trade groups based on the 1980 Standard Industrial Classification.

Sales figures are on a net basis (gross sales less returns, adjustments and discounts) whether on cash or credit, and exclude any taxes collected. Also included are commissions earned by wholesalers also acting as agents, while the sales of goods owned by others are excluded.

Inventory figures are the value of the goods owned and held for resale. Included are any inventory in transit or on consignment. Excluded are goods owned and held in inventory abroad, and inventories held on consignment from others.

The estimates contained in this publication are derived from a redesigned monthly survey which incorporates a revised list of wholesale businesses. For a more detailed discussion of the new survey methodology see Appendix II in the January issue.

Establishments in wholesale trade are primarily engaged in selling merchandise to retailers, to industrial, commercial, institutional and professional users, to farmers for use in farm production, and for export; or acting as agents or brokers in buying or selling merchandise to such persons or organizations on a commission basis.

However, sales to end-users of certain commodities (usually capital or investment goods) such as computer equipment, feed, seed or other farm supplies, lumber and building materials, trucks and commercial vehicles, and all types of machinery and equipment, are always classified to wholesale trade. A complete review of definitions and concepts appears in Appendix I, in the January issue.

Users should note that each month, unless otherwise indicated, this publication will contain preliminary estimates for the current month and revised estimates for the preceding month for the unadjusted series. The estimates of the seasonally adjusted series are revised for the preceding three months.

## Introduction

La présente publication donne des estimations des ventes mensuelles des établissements de commerce de gros pour le Canada ainsi que pour chaque province et territoire. En plus des ventes totales, elle contient des données ventilées pour les ventes et les stocks, ainsi que les rapports entre les stocks et les ventes, selon les grands groupes de commerce établis par la Classification type des industries de 1980.

Les chiffres concernent les ventes nettes (ventes brutes diminuées des rendus, des rabais et des escomptes), à crédit ou au comptant, sans les taxes perçues. Sont incluses les commissions obtenues par les grossistes faisant aussi fonction d'agents, mais non les ventes de marchandises appartenant à d'autres entreprises.

Les données sur les stocks représentent la valeur des marchandises possédées et détenues pour la revente. Sont inclus tous les stocks en transit ou en consignation. Ne sont pas comptées les marchandises possédées et détenues à l'étranger, ainsi que les stocks détenus en consignation pour les autres.

Les estimations contenues dans la présente publication sont tirées d'une enquête mensuelle remaniée, qui se fonde sur une liste révisée des établissements de commerce de gros. L'appendice II dans le numéro de janvier, traite en détail de la méthodologie employée pour l'enquête.

Les établissements dont l'activité principale est le commerce de gros vendent des marchandises à des détaillants, à d'autres grossistes, à des industriels, à des commerçants, à des établissements publics, à des professionnels, à des agriculteurs s'il s'agit de marchandises destinées à la production agricole, et à d'autres pays; ou encore vendent des marchandises ou en achètent pour le compte d'autrui, à titre d'agents ou de courtiers, moyennant une commission.

Par ailleurs, on attribue toujours au commerce de gros les ventes de certains produits destinés à l'utilisateur final (habituellement les biens d'équipement ou d'investissement), par exemple le matériel informatique, aliments pour animaux, les semences et les autres fournitures agricoles, le bois et les matériaux de construction, les camions et les véhicules commerciaux, et tous les genres de machines et de matériel. L'appendice I dans le numéro de janvier contient l'ensemble des définitions et des concepts.

L'utilisateur devrait noter que la publication renfermera tous les mois, à moins d'indication contraire, les estimations provisoires pour le mois en cours et les estimations révisées du mois précédent pour les séries non désaisonnalisées. Les estimations des séries désaisonnalisées sont révisées pour les trois mois précédents.

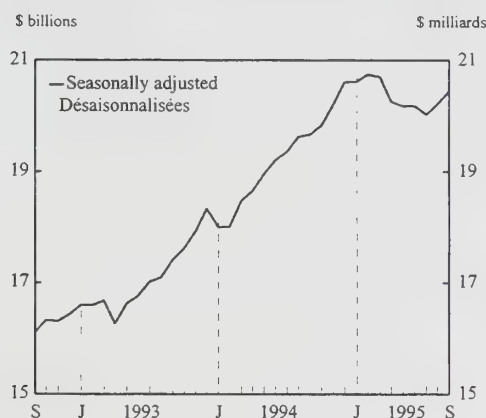
## Highlights

Wholesale merchants' sales increased for a second consecutive month, up 1.2% to \$20.4 billion in September. These two monthly increases contrast with the weak demand experienced by wholesalers since the beginning of 1995. Despite the economic slowdown, wholesalers' sales were up 3.9% or \$777 million from a year ago but were still 1.5% or \$301 million below the peak attained in February 1995.

## Faits saillants

Les ventes des marchands de gros ont augmenté de 1,2% en septembre, pour atteindre 20,4 milliards\$. Il s'agit d'une deuxième hausse mensuelle consécutive, qui tranche avec la faible demande qui avait été enregistrée depuis le début de 1995. En dépit du ralentissement économique, les ventes des grossistes sont en hausse de 3,9% ou 777 millions\$ par rapport à l'an dernier; elles demeurent cependant 1,5%, soit 301 millions\$, inférieures au sommet atteint en février 1995.

Sales by wholesalers strengthen for the second consecutive month  
Les ventes des grossistes se raffermissent pour un deuxième mois consécutif



Sales were higher in 6 of the 11 trade groups (accounting for over 70% of all sales in September) compared with the previous month. Wholesalers of food products made the largest current-dollar contribution to the overall rise, up 4.1% or \$138 million, followed by the computers and packaged software group (4.7% or \$82 million). Partly offsetting the September increase were wholesalers of industrial and other machinery, equipment and supplies, down 2.3% or \$73 million. Despite various monthly fluctuations since the beginning of the year, overall sales for this group have remained flat.

The computer and packaged software trade group (including other types of electronic machinery, equipment and supplies wholesalers) posted vigorous monthly sales increases for August and September, jumping a total of 10.1% or \$165 million from July. These increases were partly related to the recent launch of Windows 95 where users upgrading their computer operating system also had to upgrade their computer hardware.

Comparativement au mois précédent, les ventes ont augmenté dans 6 des 11 groupes de commerce (représentant plus de 70% des ventes totales en septembre). Ce sont les grossistes en alimentation qui ont le plus contribué, en dollars courants, à ce redressement, les ventes dans ce secteur ayant augmenté de 4,1% ou 138 millions\$; viennent au second rang les grossistes d'ordinateurs et de logiciels (+4,7% ou 82 millions\$). Ces hausses enregistrées en septembre ont été partiellement contrebalancées par une baisse de 2,3% ou 73 millions\$ des ventes par les grossistes de machines, de matériel et de fournitures industriels et autres. En dépit des fluctuations mensuelles depuis le début de l'année, les ventes globales pour ce groupe demeurent inchangées.

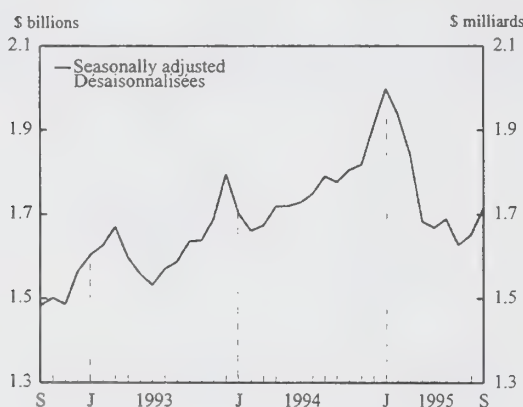
Dans le groupe des grossistes d'ordinateurs et de logiciels (incluant les grossistes d'autres types de machines, de matériel et de fournitures électroniques), les ventes ont fortement augmenté en août et septembre, la hausse combinée pour ces deux mois étant de 10,1% ou 165 millions\$ par rapport à juillet. Cette augmentation est en partie attribuable au lancement récent du logiciel Windows 95, lequel a forcé certains utilisateurs optant pour ce nouveau système d'exploitation à augmenter également la capacité de leur matériel informatique.



Sales by wholesalers of lumber and building materials increased for the second consecutive month, up 3.9% or \$64 million from August. The group's recent solid performance has been due in part to higher prices for lumber, sawmill and other wood products (+1.5%) and increased exports of forestry products (+6.2%). Despite these recent increases, sales of lumber and building materials were 14.2% or \$284 million below the peak they attained in January 1995.

Les ventes par les grossistes de bois et de matériaux de construction ont augmenté pour un deuxième mois consécutif, en hausse de 3,9% ou 64 millions\$ par rapport à août. La solide performance affichée récemment par ce groupe tient en partie au raffermissement des prix du bois, des produits de scierie et divers (+1,5%), ainsi qu'aux exportations accrues de produits forestiers (+6,2%). Malgré ces gains récents, les ventes de bois et de matériaux de construction sont de 14,2% ou 284 millions\$ inférieures au sommet atteint en janvier 1995.

Sales of lumber are up but are still weak in 1995  
Les ventes de bois sont en hausse mais demeurent faibles en 1995



### Sales increases concentrated

Though it appears that sales by wholesalers are strengthening following a weak first half in 1995, the improvements are not widespread. Most of the increases over the last three months were concentrated mostly in Ontario and Alberta.

### Hausses concentrées

Bien que les ventes des grossistes semblent être à la hausse, après avoir connu un lent départ durant la première moitié de 1995, les hausses ne sont pas généralisées. Ainsi, la majeure partie des augmentations enregistrées au cours des trois derniers mois sont concentrées en Ontario et en Alberta.

### Inventories-to-sales ratio fell to 1.53

In September, wholesalers' inventories were up for the 19th consecutive month, up 0.4% to \$31.3 billion. Despite rising inventory levels, higher sales for August and September resulted in the inventories-to-sales ratio dropping to 1.53, compared to the July peak of 1.54. The ratio indicates that in September, for every \$100 worth of sales, wholesalers held goods valued at \$153 as inventories. A decrease in the ratio implies a higher rate of inventory turnover and lower costs for wholesalers.

### Le ratio des inventaires aux ventes diminue à 1,53

En septembre, les inventaires des grossistes ont augmenté pour un dix-neuvième mois consécutif (+0,4%), pour se chiffrer à 31,3 milliards\$. En dépit de cette hausse, l'accroissement des ventes en août et septembre a entraîné une diminution du ratio des inventaires aux ventes, lequel est passé à 1,53 après avoir atteint un sommet de 1,54 en juillet. Ce ratio indique que pour le mois de septembre 1995, les marchands de gros détenaient des inventaires évalués à 153\$ pour un montant de ventes de l'ordre de 100\$. Une diminution du ratio signifie un taux de roulement plus élevé des stocks et, par le fait même, une baisse des coûts pour les grossistes.

## **Statistical Tables**

## **Tableaux statistiques**

Table 1.

## Wholesale Merchant Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region

No.	Trade Group	Sales Ventes				Year-to-date 1995	Change from previous month Variation du mois précédent	
		September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	Cumulatif	September 1995 Septembre	August 1995 Août
		millions of dollars - millions de dollars						
	Trade Group - Canada							
1	Food products	3,541	3,403	3,548	3,598	32,286	4.1	-4.1
2	Beverage, drug and tobacco products	1,168	1,181	1,161	1,155	10,468	-1.1	1.7
3	Apparel and dry goods	446	458	436	432	4,026	-2.7	5.0
4	Household goods	667	669	650	647	5,836	-0.2	2.8
5	Motor vehicles, parts and accessories	2,202	2,196	2,201	2,220	20,275	0.3	-0.2
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1,608	1,594	1,595	1,640	14,568	0.9	-0.1
7	Lumber and building materials	1,715	1,651	1,627	1,689	15,811	3.9	1.5
8	Farm machinery, equipment and supplies	511	525	494	487	4,497	-2.6	6.2
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	3,075	3,148	3,086	3,071	28,001	-2.3	2.0
10	Computers and packaged software	1,809	1,727	1,644	1,681	15,517	4.7	5.1
11	Other products	3,707	3,659	3,591	3,566	32,101	1.3	1.9
12	Total, all trades	20,449	20,211	20,033	20,186	183,385	1.2	0.9
	Regions							
13	Newfoundland	192	193	189	187	1,682	-0.3	1.9
14	Prince Edward Island	45	41	37	50	386	8.3	10.4
15	Nova Scotia	444	445	450	430	3,967	-0.4	-1.0
16	New Brunswick	283	289	289	293	2,602	-1.8	-0.1
17	Quebec	4,522	4,465	4,438	4,490	41,258	1.3	0.6
18	Ontario	9,017	8,812	8,799	8,778	79,673	2.3	0.1
19	Manitoba	659	683	631	690	6,072	-3.5	8.1
20	Saskatchewan	639	663	598	660	6,177	-3.6	10.8
21	Alberta	1,915	1,905	1,864	1,851	17,027	0.5	2.2
22	British Columbia	2,708	2,687	2,711	2,730	24,319	0.8	-0.9
23	Yukon	11	13	11	15	96	-9.7	17.2
24	Northwest Territories	14	15	14	13	126	-4.5	9.7



Tableau 1.

## Ventes des marchands de gros, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région

Change from previous month		Change from previous year					Groupe de commerce	N°
Variation du mois précédent		Variation de l'année précédente						
July 1995 Juillet	June 1995 Juin	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	Year-to-date 1995 Cumulatif		
per cent - pourcentage								
							<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
-1.4	-2.0	0.5	-4.9	-1.0	1.1	1.4	Produits alimentaires	1
0.5	-0.6	6.9	6.4	4.4	6.7	7.4	Boissons, médicaments et tabac	2
1.0	-2.2	-2.7	-2.2	-8.9	-15.2	-2.2	Vêtements et articles de mercerie	3
0.6	-1.3	8.5	4.1	6.9	4.4	8.0	Articles ménagers	4
-0.9	0.7	-3.6	-3.0	1.0	2.9	5.1	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
-2.7	0.6	2.2	2.0	6.1	11.5	12.8	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
-3.7	1.2	-3.4	-7.8	-7.0	-2.3	1.9	Bois et matériaux de construction	7
1.5	0.1	7.8	14.4	9.5	15.3	14.5	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
0.5	-2.5	0.3	5.2	4.7	4.7	7.2	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
-2.2	5.0	17.1	10.8	3.4	10.1	14.5	Ordinateurs et logiciel	10
0.7	1.7	13.5	14.2	13.8	11.3	16.6	Produits divers	11
-0.8	0.1	3.9	3.0	3.5	5.1	7.9	<b>Total, ensemble des commerces</b>	12
							<b>Régions</b>	
1.1	0.5	9.1	7.3	-1.3	1.2	2.2	Terre-Neuve	13
-26.0	4.0	-5.9	-11.7	-22.5	9.2	-7.0	Île-du-Prince-Édouard	14
4.8	-3.7	7.7	7.3	9.7	5.8	8.5	Nouvelle-Écosse	15
-1.3	1.8	3.9	8.0	9.6	5.7	12.2	Nouveau-Brunswick	16
-1.2	-0.3	4.2	2.1	1.4	2.9	6.3	Québec	17
0.2	-0.2	6.9	5.4	7.9	9.3	11.9	Ontario	18
-8.5	1.4	-0.7	4.9	0.4	7.5	7.8	Manitoba	19
-9.4	-3.2	5.2	11.0	3.8	8.7	17.6	Saskatchewan	20
0.7	0.1	-0.3	0.9	0.2	1.7	3.9	Alberta	21
-0.7	2.1	-2.6	-5.0	-3.9	-3.1	-0.4	Colombie-Britannique	22
-26.1	22.4	49.8	42.9	13.3	58.8	17.0	Yukon	23
9.6	-9.2	16.5	18.0	-9.2	-2.3	15.3	Territoires du Nord-Ouest	24

Table 2.

## Wholesale Merchants Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region

No.	Trade Group	Sales				
		Ventes				
		September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	Year-to-date 1995 Cumulatif
		millions of dollars - millions de dollars				
	<b>Trade Group - Canada</b>					
1	Food products	3,573	3,510	3,591	3,797	32,011
2	Beverage, drug and tobacco products	1,211	1,249	1,148	1,193	10,245
3	Apparel and dry goods	540	645	465	356	4,235
4	Household goods	777	728	565	592	5,442
5	Motor vehicles, parts and accessories	2,286	2,191	1,965	2,333	20,239
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1,674	1,707	1,521	1,774	14,592
7	Lumber and building materials	1,881	1,894	1,762	2,057	15,854
8	Farm machinery, equipment and supplies	497	647	508	566	4,535
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	3,115	3,121	2,905	3,319	27,719
10	Computers and packaged software	1,990	1,567	1,334	1,826	15,313
11	Other products	3,686	3,544	3,293	3,937	31,853
12	<b>Total, all trades</b>	<b>21,229</b>	<b>20,803</b>	<b>19,056</b>	<b>21,750</b>	<b>182,039</b>
	<b>Regions</b>					
13	Newfoundland	209	213	201	203	1,655
14	Prince Edward Island	45	41	42	63	391
15	Nova Scotia	464	465	493	496	3,999
16	New Brunswick	300	315	300	334	2,582
17	Quebec	4,854	4,761	4,158	4,797	40,953
18	Ontario	9,283	8,899	8,095	9,282	78,702
19	Manitoba	667	707	671	849	6,129
20	Saskatchewan	648	717	585	782	6,224
21	Alberta	1,978	1,935	1,779	1,986	16,862
22	British Columbia	2,752	2,720	2,703	2,927	24,318
23	Yukon	13	13	12	15	97
24	Northwest Territories	15	18	17	16	127

Tableau 2.

## Ventes des marchands de gros, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région

Change from previous year					Groupe de commerce	N°
Variation de l'année précédente						
September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	Year-to-date 1995 Cumulatif		
per cent - pourcentage						
					<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
-0.9	-5.3	-2.0	1.2	1.2	Produits alimentaires	1
3.1	6.0	4.5	5.3	7.1	Boissons, médicaments et tabac	2
-5.6	2.3	-9.0	-14.3	-0.8	Vêtements et articles de mercerie	3
5.3	6.7	2.9	1.9	5.9	Articles ménagers	4
-5.1	-3.2	-0.9	0.3	4.1	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
-1.0	2.0	4.0	11.0	12.0	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
-6.5	-9.0	-10.5	-3.6	-0.6	Bois et matériaux de construction	7
2.4	21.3	8.6	8.7	14.2	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
-2.0	5.7	2.9	4.6	7.3	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
20.3	7.0	-1.4	10.5	15.1	Ordinateurs et logiciels	10
11.2	14.7	12.2	8.6	15.8	Produits divers	11
<b>1.9</b>	<b>2.7</b>	<b>1.3</b>	<b>4.0</b>	<b>7.3</b>	<b>Total, ensemble des commerces</b>	<b>12</b>
					<b>Régions</b>	
6.6	8.9	-3.6	2.8	3.0	Terre-Neuve	13
-6.1	-15.8	-25.1	11.2	-7.4	Île-du-Prince-Édouard	14
6.7	8.0	8.7	4.9	8.3	Nouvelle-Écosse	15
2.0	8.4	7.2	9.7	11.3	Nouveau-Brunswick	16
1.6	2.0	-1.7	2.3	6.2	Québec	17
5.0	5.1	6.0	7.4	11.0	Ontario	18
-4.4	5.3	-0.4	7.4	6.9	Manitoba	19
-1.6	10.3	-0.8	7.2	17.4	Saskatchewan	20
0.1	0.5	-2.4	-0.6	3.2	Alberta	21
-4.6	-5.7	-4.6	-2.7	-0.9	Colombie-Britannique	22
40.0	44.6	15.0	66.4	18.0	Yukon	23
15.4	22.7	-1.4	-2.9	14.2	Territoires du Nord-Ouest	24



Table 3.

## Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Sales

No.	Trade Group	Response Fraction			
		Fraction de réponse			
		September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin
		per cent - pourcentage			
	<b>Trade Group - Canada</b>				
1	Food products	86.7	93.5	93.4	93.2
2	Beverage, drug and tobacco products	89.3	91.3	93.5	91.4
3	Apparel and dry goods	87.0	89.3	88.8	89.0
4	Household goods	91.2	95.8	97.4	97.3
5	Motor vehicles, parts and accessories	92.7	93.1	94.4	94.4
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	79.6	87.4	84.0	93.9
7	Lumber and building materials	89.0	90.3	90.0	90.9
8	Farm machinery, equipment and supplies	88.3	90.1	91.8	93.1
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	83.3	84.5	86.9	86.9
10	Computers and packaged software	87.2	89.4	90.5	90.8
11	Other products	86.4	89.5	89.6	90.8
12	<b>Total, all trades</b>	<b>86.9</b>	<b>90.0</b>	<b>90.6</b>	<b>91.5</b>
	<b>Regions</b>				
13	Newfoundland	85.8	90.5	93.0	92.0
14	Prince Edward Island	85.1	85.4	86.5	88.5
15	Nova Scotia	86.1	89.2	90.4	89.0
16	New Brunswick	79.2	81.1	85.1	86.6
17	Quebec	86.5	92.8	93.6	93.6
18	Ontario	86.3	87.6	89.0	90.2
19	Manitoba	88.8	93.9	93.4	93.6
20	Saskatchewan	85.5	89.4	90.4	91.0
21	Alberta	88.3	90.0	89.2	90.4
22	British Columbia	89.4	93.5	91.2	93.4
23	Yukon	79.7	76.0	89.6	81.9
24	Northwest Territories	83.0	77.6	82.0	83.9

Tableau 3.

## Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des ventes

Coefficient of variation				Groupe de commerce	N°
Coefficient de variation					
September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin		
per cent - pourcentage					
				<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
2.2	2.2	2.4	2.7	Produits alimentaires	1
3.5	3.4	3.6	3.6	Boissons, médicaments et tabac	2
10.3	8.0	5.8	7.3	Vêtements et articles de mercerie	3
8.1	7.5	7.8	9.9	Articles ménagers	4
5.4	4.8	4.4	5.7	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
5.8	6.3	6.1	6.0	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
5.0	5.3	5.0	5.1	Bois et matériaux de construction	7
4.8	6.3	4.9	4.7	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
3.1	3.5	4.1	3.1	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
2.9	3.9	5.0	4.5	Ordinateurs et logiciels	10
4.3	4.1	4.2	3.3	Produits divers	11
1.4	1.4	1.4	1.4	<b>Total, ensemble des commerces</b>	12
				<b>Régions</b>	
4.0	3.7	4.1	4.7	Terre-Neuve	13
3.0	2.5	4.4	5.8	Île-du-Prince-Édouard	14
4.1	3.7	5.8	5.4	Nouvelle-Écosse	15
2.9	5.5	5.7	6.3	Nouveau-Brunswick	16
2.8	2.8	2.5	2.7	Québec	17
2.4	2.5	2.6	2.5	Ontario	18
4.4	4.0	3.8	1.9	Manitoba	19
6.7	7.2	5.1	5.1	Saskatchewan	20
4.4	3.0	2.9	3.8	Alberta	21
3.5	3.6	4.3	3.5	Colombie-Britannique	22
0.6	6.3	--	--	Yukon	23
0.2	5.0	0.1	0.1	Territoires du Nord-Ouest	24

Table 4.

## Wholesale Merchants Inventories, Seasonally Adjusted, by Trade Group

No.	Trade Group	Inventories Stocks				Change from previous month Variation du mois précédent	
		September 1995	August 1995	July 1995	June 1995	September 1995	August 1995
		Septembre	Août	Juillet	Juin	Septembre	Août
		millions of dollars - millions de dollars					
	<b>Trade Group - Canada</b>						
1	Food products	2,258	2,242	2,230	2,285	0.7	0.5
2	Beverage, drug and tobacco products	1,398	1,402	1,410	1,395	-0.3	-0.6
3	Apparel and dry goods	1,011	1,019	1,027	1,030	-0.8	-0.8
4	Household goods <sup>1</sup>	1,555	1,517	1,504	1,497	2.5	0.8
5	Motor vehicles, parts and accessories	4,127	4,198	4,205	4,325	-1.7	-0.1
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	2,936	2,891	2,893	2,870	1.6	-0.1
7	Lumber and building materials	3,213	3,207	3,225	3,151	0.2	-0.6
8	Farm machinery, equipment and supplies	1,508	1,500	1,505	1,502	0.5	-0.3
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	6,845	6,857	6,771	6,693	-0.2	1.3
10	Computers and packaged software	1,853	1,757	1,648	1,638	5.5	6.6
11	Other products	4,609	4,601	4,525	4,450	0.2	1.7
12	<b>Total, all trades</b>	<b>31,315</b>	<b>31,192</b>	<b>30,944</b>	<b>30,836</b>	<b>0.4</b>	<b>0.8</b>

Table 5.

## Wholesale Merchants Inventories, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group

No.	Trade Group	Inventories Stocks			
		September 1995	August 1995	July 1995	June 1995
		Septembre	Août	Juillet	Juin
		millions of dollars - millions de dollars			
	<b>Trade Group - Canada</b>				
1	Food products	2,287	2,227	2,245	2,313
2	Beverage, drug and tobacco products	1,457	1,452	1,445	1,391
3	Apparel and dry goods	1,021	1,072	1,134	1,108
4	Household goods <sup>1</sup>	1,605	1,545	1,531	1,505
5	Motor vehicles, parts and accessories	4,054	4,174	4,249	4,435
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	2,923	2,899	2,922	2,913
7	Lumber and building materials	3,061	3,103	3,244	3,260
8	Farm machinery, equipment and supplies	1,470	1,500	1,550	1,547
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	6,903	6,957	6,946	6,738
10	Computers and packaged software	1,790	1,741	1,698	1,634
11	Other products	4,510	4,499	4,384	4,370
12	<b>Total, all trades</b>	<b>31,081</b>	<b>31,168</b>	<b>31,350</b>	<b>31,214</b>

<sup>1</sup> The household goods trade group does not contain seasonal variation behaviour. Thus, the figures appearing in this table reflect the unadjusted data.



Tableau 4.

## Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce

Change from previous month Variation du mois précédent		Change from previous year Variation de l'année précédente				Groupe de commerce	N°
July 1995 Juillet	June 1995 Juin	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin		
per cent - pourcentage						Groupe de commerce - Canada	
-2.4	-0.9	0.4	2.5	3.8	4.7	Produits alimentaires	1
1.1	-0.6	-4.8	-4.4	-1.9	4.3	Boissons, médicaments et tabac	2
-0.3	1.2	-7.3	-9.3	-5.4	-1.4	Vêtements et articles de mercerie	3
0.5	0.1	18.5	17.6	16.9	17.9	Articles ménagers¹	4
-2.8	5.7	12.2	14.2	13.5	19.3	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
0.8	1.2	14.6	13.5	14.1	13.3	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
2.3	0.2	11.4	10.7	11.4	11.2	Bois et matériaux de construction	7
0.2	-1.8	-6.7	-4.5	-1.1	1.7	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
1.2	0.7	9.5	10.3	16.5	16.0	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
0.6	0.8	6.2	-1.3	-17.9	-14.7	Ordinateurs et logiciels	10
1.7	-0.1	20.2	20.2	18.7	16.2	Produits divers	11
0.4	0.9	9.1	9.1	9.5	10.8	Total, ensemble des commerces	12

Tableau 5.

## Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce

Change from previous year Variation de l'année précédente				Groupe de commerce	N°
September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin		
per cent - pourcentage					
				<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
-2.6	-1.5	-2.8	2.2	Produits alimentaires	1
0.7	1.3	7.4	8.4	Boissons, médicaments et tabac	2
-7.3	-9.1	-4.8	-0.4	Vêtements et articles de mercerie	3
18.6	15.5	15.2	16.7	Articles ménagers <sup>1</sup>	4
11.2	15.7	15.8	21.6	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
14.3	12.8	13.8	14.1	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
10.8	10.3	11.9	10.6	Bois et matériaux de construction	7
-6.3	-4.0	-0.5	1.2	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
9.5	10.9	17.8	16.2	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
8.9	-1.8	-20.4	-16.5	Ordinateurs et logiciels	10
19.8	21.1	19.1	16.6	Produits divers	11
9.1	9.3	9.7	11.0	<b>Total, ensemble des commerces</b>	12

<sup>1</sup> Le groupe de commerce des articles ménagers ne compte pas de variation saisonnière. Ainsi, les chiffres qui apparaissent dans ce tableau représentent les données non-ajustées.

Table 6.

## Wholesale Merchants, Inventories/Sales Ratio Seasonally Adjusted, by Trade Group

No.	Trade Group	Inventories/sales ratio Rapport stocks/ventes			
		September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin
	<b>Trade Group - Canada</b>				
1	Food products	0.64	0.66	0.63	0.64
2	Beverage, drug and tobacco products	1.20	1.19	1.21	1.21
3	Apparel and dry goods	2.27	2.22	2.35	2.38
4	Household goods	2.33	2.27	2.31	2.32
5	Motor Vehicles, parts and accessories	1.87	1.91	1.91	1.95
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1.83	1.81	1.81	1.75
7	Lumber and building materials	1.87	1.94	1.98	1.87
8	Farm machinery, equipment and supplies	2.95	2.86	3.04	3.08
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	2.23	2.18	2.19	2.18
10	Computers and packaged software	1.02	1.02	1.00	0.97
11	Other products	1.24	1.26	1.26	1.25
12	<b>Total, all trades</b>	<b>1.53</b>	<b>1.54</b>	<b>1.54</b>	<b>1.53</b>

Table 7.

## Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Inventories

No.	Trade Group	Response fraction Fraction de réponse			
		September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin
	<b>Trade Group - Canada</b>				
		per cent - pourcentage			
1	Food products	80.2	85.3	84.2	83.6
2	Beverage, drug and tobacco products	84.9	86.4	86.7	82.9
3	Apparel and dry goods	60.5	63.4	63.9	65.0
4	Household goods	77.4	84.6	85.1	86.3
5	Motor Vehicles, parts and accessories	84.5	85.2	87.4	87.5
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	75.1	77.6	82.5	84.2
7	Lumber and building materials	71.1	73.0	73.6	72.5
8	Farm machinery, equipment and supplies	77.7	78.1	76.9	79.3
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	72.7	74.1	77.5	77.5
10	Computers and packaged software	72.0	69.9	78.6	72.5
11	Other products	65.2	67.2	69.0	69.7
12	<b>Total, all trades</b>	<b>74.4</b>	<b>76.3</b>	<b>78.5</b>	<b>78.5</b>

Tableau 6.

## Marchands de gros, rapport stocks/ventes désaisonnalisés, selon le groupe de commerce

Inventories/sales ratio Rapport stocks/ventes				Groupe de commerce	N°
September 1994 Septembre	August 1994 Août	July 1994 Juillet	June 1994 Juin		
Groupe de commerce - Canada					
0.64	0.61	0.60	0.61	Produits alimentaires	1
1.34	1.32	1.29	1.24	Boissons, médicaments et tabac	2
2.38	2.40	2.27	2.05	Vêtements et articles de mercerie	3
2.13	2.01	2.11	2.05	Articles ménagers	4
1.61	1.62	1.70	1.68	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
				Métaux, articles de quincaillerie, matériel de	6
1.63	1.63	1.69	1.72	plomberie et de chauffage	
1.62	1.62	1.66	1.64	Bois et matériaux de construction	7
3.41	3.42	3.37	3.49	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
2.04	2.08	1.97	1.97	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
1.13	1.14	1.26	1.26	Ordinateurs et logiciels	10
1.17	1.20	1.21	1.20	Produits divers	11
1.46	1.46	1.46	1.45	Total, ensemble des commerces	12

Tableau 7.

## Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des stocks

Coefficient de variation				Groupe de commerce	N°
September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin		
per cent - pourcentage					
Groupe de commerce - Canada					
3.5	3.2	4.0	4.2	Produits alimentaires,	1
5.4	5.4	5.7	5.7	Boissons, médicaments et tabac	2
7.5	7.2	7.4	6.7	Vêtements et articles de mercerie	3
10.6	8.3	9.0	9.9	Articles ménagers	4
4.8	4.4	3.8	5.1	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
5.4	5.3	5.3	5.1	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
7.5	7.4	7.3	7.2	Bois et matériaux de construction	7
6.2	5.9	5.8	5.7	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
3.6	3.5	3.4	3.4	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
4.4	4.5	5.8	5.2	Ordinateurs et logiciels	10
6.8	6.5	5.7	5.7	Produits divers	11
1.9	1.8	1.7	1.8	Total, ensemble des commerces	12



✓ **Identify  
Emerging Trends**

✓ **Define New  
Markets**

✓ **Pinpoint Profit  
Opportunities**

✓ **Dégagez les  
nouvelles tendances**

✓ **Définissez les  
nouveaux marchés**

✓ **Déterminez les  
possibilités de profit**

**T**o safeguard your place in tomorrow's marketplace, you have to be able to anticipate trends today. To do that, you're going to need some insight into the purchasing trends in the Canadian marketplace.

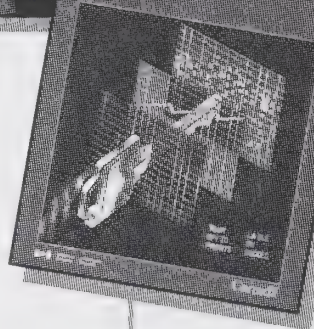
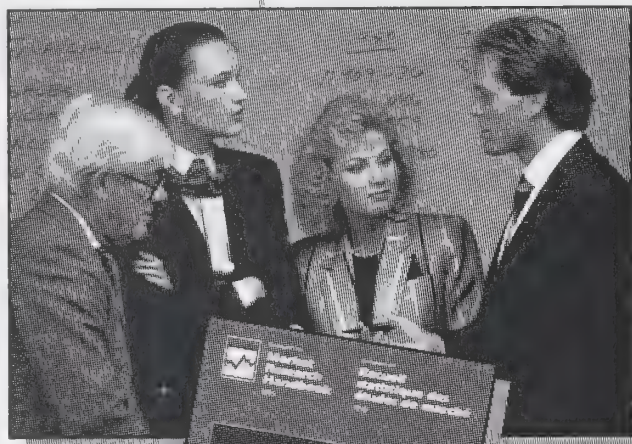
With a complete profile of Canadian consumers, plus an indepth analysis of Canadian industries, the **Market Research Handbook** gives you the most thorough coverage of purchasing trends. This valued bestseller can lead you to new markets by giving you details on:

- ▶ how much money Canadians are earning and what they're spending on cars, rent, home entertainment and household appliances;
  - ▶ the level of sales in retail chain and department stores;
  - ▶ what goods are being traded between Canada, U.S., and other countries;
  - ▶ census data such as: age/sex, schooling, households, unemployment, interprovincial and international migration
- ...and much, much more!

With over 600 pages, the **Handbook** includes more than 200 statistical tables that give you instant access to provincial and national market data. Featured are important economic indicators such as the **Gross Domestic Product**, **Labour Force Productivity**, **Private and Public Investment** and the **Consumer Price Index**.

Order your copy of the **Market Research Handbook** (Catalogue #63-2240XPB) today for only \$110 in Canada plus \$7.70 GST, US\$132 in the United States, and US\$154 in other countries.

**CALL TOLL-FREE 1-800-267-6677 OR FAX (613)951-1584** and use your VISA or MasterCard. **OR MAIL** your order to: Statistics Canada, Marketing Division, Sales and Service, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Regional Office listed in this publication.



**P**our maintenir votre place sur le marché de demain, vous devez être en mesure de prévoir les tendances aujourd'hui. Pour ce faire, vous devrez comprendre les habitudes d'achat sur le marché canadien.

Renfermant un profil complet des consommateurs canadiens ainsi qu'une analyse approfondie des industries canadiennes, le **Recueil statistique des études de marché** brosse un tableau exhaustif des habitudes d'achat. Ce précieux best-seller peut vous faire découvrir de nouveaux marchés en vous fournissant les détails suivants :

- ▶ les revenus des Canadiens et leurs dépenses pour la voiture, le loyer, les appareils de divertissement et les appareils ménagers;
  - ▶ le niveau des ventes dans les magasins de détail à succursales et les grands magasins;
  - ▶ les biens échangés entre le Canada, les É.-U. et d'autres pays;
  - ▶ les données du recensement telles que l'âge, le sexe, le niveau de scolarité, les ménages, le chômage, la migration interprovinciale et internationale
- ...et bien plus encore!

Le **Recueil**, contenant plus de 600 pages et au delà de 200 tableaux statistiques, vous permettra d'accéder instantanément aux données provinciales et nationales sur le marché. Il traite d'indicateurs économiques importants tels que le **produit intérieur brut**, la **productivité de la population active**, les **investissements privés et publics** et l'**Indice des prix à la consommation**.

Procurez-vous votre exemplaire du **Recueil statistique des études de marché** (n° 63-2240XPB au catalogue) dès aujourd'hui pour seulement 110 \$ au Canada plus 7,70 \$ de TPS, 132 \$ US aux États-Unis et 154 \$ US dans les autres pays. Commandez votre exemplaire **PAR TÉLÉPHONE EN COMPOSANT SANS FRAIS** le 1-800-267-6677 **OU PAR TÉLÉCOPIEUR** au (613) 951-1584 et utilisez votre carte VISA ou MasterCard, **OU PAR LA POSTE** à l'adresse suivante : Statistique Canada, Division du marketing, Vente et service, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou communiquez avec le bureau régional de Statistique Canada le plus près dont la liste figure dans la présente publication.



# ORDER FORM

Statistics Canada

## MAIL TO:



**Statistics Canada  
Operations and Integration  
Circulation Management  
120 Parkdale Avenue  
Ottawa, Ontario  
Canada K1A 0T6**

(Please print)

**PHONE:**

**1-800-267-6677**

Charge to VISA or MasterCard. Outside Canada and the U.S. call (613) 951-7277. Please do not send confirmation.



**INTERNET:** [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)

## FAX TO:



**(613) 951-1584**

VISA, MasterCard and  
Purchase Orders only.  
Please do not send  
confirmation. A fax will be  
treated as an original order.

**METHOD OF PAYMENT:**

(Check only one)

☐ Please charge my: ☐ VISA ☐ MasterCard

Card Number \_\_\_\_\_

Signature \_\_\_\_\_

Expiry Date

☐ **Payment enclosed** \$ \_\_\_\_\_

Please make cheque or money order payable to the  
Receiver General for Canada - Publications.

 **Purchase Order Number** \_\_\_\_\_

(Please enclose)

**Authorized Signature**

[illegible]

► **Note:** Catalogue prices for U.S. and other countries are shown in US dollars.

**GST Registration # R121491807**

► Cheque or money order should be made payable to the Receiver General for Canada — Publications.

Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST and applicable PST. Foreign clients pay total amount in US funds drawn on a US bank. Prices for US and foreign clients are shown in US dollars.

**SUBTOTAL**

**DISCOUNT**  
(if applicable)

**GST (7%)  
and applicable PST  
(Canadian clients only)**

**GRAND TOTAL**

PF 093238

## THANK YOU FOR YOUR ORDER!

Statistics  
CanadaStatistique  
Canada

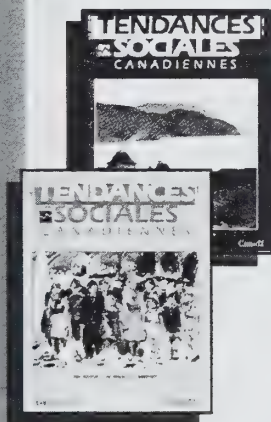
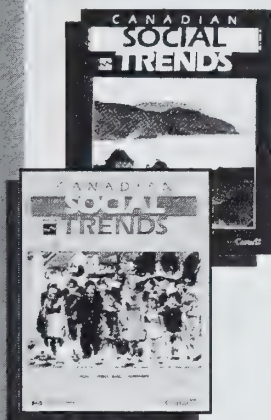
# Canada





*Don't let the changing world  
take you by surprise!*

*Ne soyez pas dépassé  
par les événements!*



**An aging population. Lone-parent families. A diverse labour force. Do you know how today's social changes will affect your future ... your organization ... and your family?**

**Keep pace with the dramatic shifts in Canada's evolving social fabric with Statistic Canada's best-selling quarterly, *Canadian Social Trends*. With vast and varied reports on major changes in key social issues and trends, this periodical incorporates findings from over 50 national surveys.**

**Written by some of Canada's leading-edge social analysts, *Canadian Social Trends* combines painstaking research with dynamic prose on topics like ethnic diversity, low-income families, time-crunch stress, violent crime and much more — all in a colourful, easy-to-read, magazine format.**

***A lasting record of changing times!***

**Join the thousands of business and policy analysts, social-science professionals, and academics who trust *Canadian Social Trends* to demystify the causes and consequences of change in Canadian society. Don't miss a single issue — subscribe today.**

***Canadian Social Trends* (catalogue number 11-0080XPE) is \$34 annually in Canada, US\$41 in the United States and US\$48 in other countries.**

**Le vieillissement de la population. Les familles monoparentales. La diversification de la population active. Savez-vous comment les changements sociaux d'aujourd'hui vont se répercuter sur votre avenir, votre organisation, votre famille?**

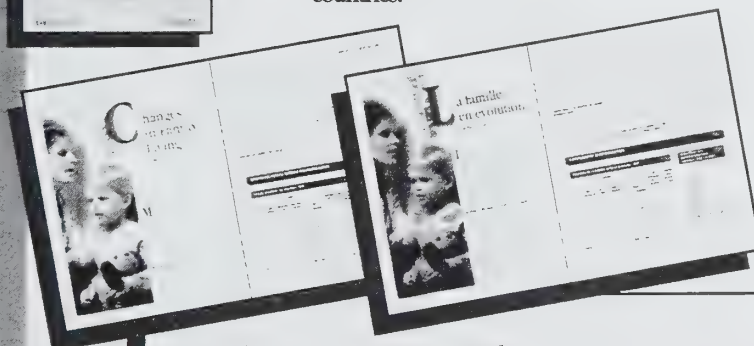
**Suivez l'évolution spectaculaire de la société canadienne grâce à *Tendances sociales canadiennes*, une publication trimestrielle de Statistique Canada. Avec des articles vastes et variés sur les principaux changements caractérisant les questions et les tendances sociales principales, cette publication intègre les résultats de plus de 50 enquêtes nationales.**

**Certains des analystes sociaux les plus reconnus du Canada rédigent des articles dans *Tendances sociales canadiennes*. Ils présentent les résultats de recherches minutieuses dans un style attrayant pour des sujets tels que la diversité ethnique, les familles à faible revenu, le stress dû au manque de temps, le crime et bien d'autres encore dans une revue haute en couleur et de lecture aisée.**

***Un dossier permanent d'une époque en évolution!***

**Des milliers d'analystes des entreprises et des politiques, de professionnels des sciences sociales et d'universitaires lisent *Tendances sociales canadiennes* pour identifier les causes et les conséquences de l'évolution de la société canadienne. Ne manquez pas un numéro, abonnez-vous dès aujourd'hui.**

**L'abonnement annuel à *Tendances sociales canadiennes* (n° 11-0080XPF au catalogue) coûte 34 \$ au Canada, 41 \$ US aux États-Unis et 48 \$ US dans les autres pays.**



To order, write to Statistics Canada, Marketing Division, Sales and Service, 120 Parkdale Ave., Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

If more convenient, fax your order to 1-613-951-1584 or call toll-free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard.

Pour passer votre commande, écrivez à Statistique Canada, Division du marketing, Vente et service, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou adressez-vous au centre de services-conseils de Statistique Canada le plus proche de chez vous et dont la liste figure dans cette publication.

Vous pouvez aussi envoyer votre commande par télécopieur, au 1-613-951-1584, ou téléphoner sans frais au 1-800-267-6677 et donner votre numéro de carte VISA ou MasterCard.

# Are you getting your information on the Canadian economy "first-hand"?

Chances are, you spend hours reading several newspapers and a handful of magazines trying to get the whole economic picture – only to spend even more time weeding out fiction from fact! Wouldn't it be a great deal more convenient (and much more effective) to go straight to the source?

Join the thousands of successful Canadian decision-makers who turn to Statistic Canada's *Canadian Economic Observer* for their monthly briefing. Loaded with first-hand information, collectively published nowhere else, CEO is a quick, concise and panoramic overview of the Canadian economy. Its reliability and completeness are without equal.

## A single source

Consultations with our many readers – financial analysts, planners, economists and business leaders – have contributed to CEO's present, widely-acclaimed, two-part format. The **Analysis Section** includes thought-provoking commentary on current economic conditions, issues, trends and developments. The **Statistical Summary** contains the complete range of hard numbers on critical economic indicators: markets, prices, trade, demographics, unemployment and more.

More practical, straightforward and user-friendly than ever before, the *Canadian Economic Observer* gives you more than 150 pages of in-depth information in one indispensable source.

## Why purchase CEO?

As a subscriber, you'll be directly connected to Statistics Canada's economic analysts – names and phone numbers are listed with articles and features. You'll also receive a copy of CEO's annual **Historical Statistical Supplement** – at no additional cost.

So why wait for others to publish Statistics Canada's data second-hand when you can have it straight from the source? Order your subscription to the *Canadian Economic Observer* today.

The *Canadian Economic Observer* (catalogue no. 10-2300XPB) is \$220 annually in Canada, US\$260 in the United States and US\$310 in other countries. Highlights of the *Canadian Composite Leading Indicator* (catalogue no. 11F0008XFE) are available by fax – the same day of release – for \$70 annually in Canada and US\$70 in the United States.

To order, write to: Statistics Canada, Marketing Division, Sales and Service, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication. If more convenient, fax your order to 1-613-951-1584 or call toll-free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard.

# Recevez-vous directement vos informations sur l'économie canadienne?

Il est probable que vous passez des heures à lire plusieurs journaux et un paquet de revues pour essayer d'avoir une vue complète de la situation économique, et ensuite passer encore plus de temps à séparer le réel de ce qui ne l'est pas. Ne serait-il pas plus pratique (et beaucoup plus efficace) de remonter directement à la source?

Joignez-vous aux milliers de décideurs canadiens gagnants qui lisent *L'Observateur économique canadien* pour leur séance de rapport mensuelle. Rempli de renseignements disponibles nulle part ailleurs, L'OEC permet d'avoir une vue générale rapide et concise de l'économie canadienne. Il est inégalé par sa fiabilité et son exhaustivité.

## Une seule source

Les consultations que nous avons eues avec nos nombreux lecteurs, des analystes financiers, des planificateurs, des économistes et des chefs d'entreprise, nous ont permis de présenter L'OEC dans son format actuel en deux parties, qui a été bien accueilli. La **section de l'analyse** contient des commentaires qui donnent à réfléchir sur la conjoncture économique, ses problèmes, ses tendances et ses développements. L'**aperçu statistique** contient l'ensemble complet des chiffres réels pour les indicateurs économiques essentiels : les marchés, les prix, le commerce, la démographie, le chômage, et bien d'autres encore.

Plus pratique, plus simple, plus facile à utiliser qu'auparavant, *L'Observateur économique canadien* vous offre plus de 150 pages de renseignements poussés sous une seule couverture.

## Pourquoi acheter L'OEC?

En tant qu'abonné à L'OEC, vous êtes directement relié aux analystes économiques de Statistique Canada : des noms et des numéros de téléphone sont cités dans les articles et les rubriques. Vous recevrez également un exemplaire du **Supplément statistique historique annuel à titre gracieux**.

Pourquoi devez-vous donc attendre que d'autres publient les données de Statistique Canada qu'ils ont reprises alors que vous pouvez les obtenir directement à la source? Abonnez-vous à *L'Observateur économique canadien* dès aujourd'hui.

Le prix de l'abonnement annuel à *L'Observateur économique canadien* (n° 10-2300XPB au catalogue) est de 220 \$ au Canada, de 260 \$ US aux États-Unis et de 310 \$ US dans les autres pays. Les faits saillants de l'*Indicateur composite avancé* (n° 11F0008XFF au catalogue) sont offerts par télécopieur – le jour même de leur parution – pour 70 \$ par année au Canada et 70 \$ US aux États-Unis.

Pour commander, écrivez à : Statistique Canada, Division du marketing, Vente et service, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou adressez-vous au Centre de consultation de Statistique Canada le plus proche de chez vous et dont la liste figure dans cette publication. Si vous le préférez, vous pouvez envoyer votre commande par télécopieur au 1-613-951-1584, ou téléphoner sans frais au 1-800-267-6677 et utiliser votre carte VISA ou MasterCard.





Catalogue 63-008 Monthly

# Wholesale Trade

October 1995

Catalogue 63-008 Mensuel

# Commerce de gros

Octobre 1995

Commercial  
Publications



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada



## Data in Many Forms . . .

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-out, microfiche and microfilm, and magnetic tape. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

### How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Wholesale Trade Section,  
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 1-613-951-3541) or to the Statistics Canada Reference Centre in:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montréal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Toll-free access is provided for all users who reside outside the local dialing area of any of the Regional Reference Centres.

National Enquiries Line	1-800-263-1136
National Telecommunications Device for the Hearing Impaired	1-800-363-7629
National Toll-free Order-only Line (Canada and United States)	1-800-267-6677

### How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Ave., Ottawa, Ontario, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)  
Facsimile Number (1-613-951-1584)  
Toronto Credit Card Only (1-416-973-8018)

### Standards of Service to the Public

To maintain quality service to the public, Statistics Canada follows established standards covering statistical products and services, delivery of statistical information, cost-recovered services and services to respondents. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

## Des données sous plusieurs formes . . .

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimé d'ordinateur, microfiche et microfilm, et bande magnétique. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolinguage et le système d'extraction de Statistique Canada.

### Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doit être adressée à la:

Section du commerce de gros,  
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 1-613-951-3541) ou au Centre de consultation de Statistique Canada à:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montréal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Un service d'appel interurbain sans frais est offert à tous les utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des Centres régionaux de consultation.

Service national de renseignements	1-800-263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1-800-363-7629
Service national du numéro sans frais pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1-800-267-6677

### Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à Statistique Canada, la Division des Opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario), K1A 0T6.

(1-613-951-7277)  
Numéro du télécopieur (1-613-951-1584)  
Toronto Carte de crédit seulement (1-416-973-8018)

### Normes de service au public

Afin de maintenir la qualité du service au public, Statistique Canada observe des normes établies en matière de produits et de services statistiques, de diffusion d'information statistique, de services à recouvrement des coûts et de services aux répondants. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.



Statistics Canada  
Industry Division  
Wholesale Trade Section

# Wholesale Trade

October 1995

Statistique Canada  
Division de l'industrie  
Section du commerce de gros

# Commerce de gros

Octobre 1995

Published by authority of the Minister  
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1995

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission from Licence Services, Marketing Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

December 1995

Price: Canada: \$18.00 per issue,  
\$180.00 annually  
United States: US\$22.00 per issue,  
US\$216.00 annually  
Other Countries: US\$26.00 per issue,  
US\$252.00 annually

Catalogue No. 63-008, Vol. 58, No.10

ISSN 0380-7894

Ottawa

Publication autorisée par le ministre  
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1995

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable des Services de concession des droits de licence, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Décembre 1995

Prix : Canada : 18 \$ l'exemplaire,  
180 \$ par année  
États-Unis : 22 \$ US l'exemplaire,  
216 \$ US par année  
Autres pays : 26 \$ US l'exemplaire,  
252 \$ US par année

N° 63-008 au catalogue, vol. 58, n° 10

ISSN 0380-7894

Ottawa

## Note of Appreciation

*Canada owes the success of its statistical system to a long-standing cooperation involving Statistics Canada, the citizens of Canada, its businesses, governments and other institutions. Accurate and timely statistical information could not be produced without their continued cooperation and goodwill.*

## Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, les administrations canadiennes et les autres organismes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.*

## Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

### NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

### A NOTE ON CANSIM

The data published in Wholesale Trade (Matrix Nos. 0059, 0061, 0648, 0649) (Catalogue No. 63-008) are also available in machine readable form through CANSIM (Canadian – Socio-Economic Information Management System). Users interested in accessing data via CANSIM should contact one of Statistics Canada's regional centres at the numbers listed on the inside front cover of this publication, or contact the Marketing Division, Statistics Canada, R.H. Coats Building, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

This publication was prepared under the direction of:

- **G. Andrusiak**, Director, Industry Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **M. Marcogliese**, Chief, Wholesale Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **C. Mamay**, Economist, Wholesale Trade section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences – Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 – 1984.



## Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans les publications de Statistique Canada:

- .. chiffres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- valeurs infimes.
- P chiffres provisoires.
- r chiffres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

### NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

### NOTE AU SUJET DE CANSIM

Les données qui sont publiées sur le Commerce de gros (matrice nos 0059, 0061, 0648, 0649) (n° 63-008 au catalogue) peuvent être obtenues sous forme lisible par machine de CANSIM (Système canadien d'information socio-économique). Les utilisateurs voulant obtenir des chiffres par l'intermédiaire de CANSIM peuvent contacter un des centres de consultation de Statistique Canada dont les numéros de téléphone figurent au verso du couvert de cette publication ou en communiquant directement avec la Division du marketing, Statistique Canada, Immeuble R.H. Coats, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **G. Andrusiak**, directeur, division de l'industrie
- **R. Lussier**, directeur adjoint, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **M. Marcogliese**, chef, section du commerce de gros, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **C. Mamay**, économiste, section du commerce de gros, sous-division des commerces de distribution, division de l'Industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences – "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 – 1984.





## TABLE OF CONTENTS

## PAGE

## Introduction

iv

## Highlights

v

## Statistical Tables

1. Wholesale Merchants Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region

2-3

2. Wholesale Merchants Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region

4-5

3. Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Sales

6-7

4. Wholesale Merchants Inventories, Seasonally Adjusted, by Trade Group

8-9

5. Wholesale Merchants Inventories, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group

8-9

6. Wholesale Merchants Inventories/Sales Ratio, Seasonally Adjusted, by Trade Group

10-11

7. Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Inventories

10-11

## TABLE DES MATIÈRES

## PAGE

## Introduction

iv

## Faits saillants

v

## Tableaux statistiques

1. Ventes des marchands de gros, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région

2-3

2. Ventes des marchands de gros, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région

4-5

3. Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des ventes

6-7

4. Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce

8-9

5. Stocks des marchands de gros, non-désaisonnalisés, selon le groupe de commerce

8-9

6. Marchands de gros, rapport stocks/ventes, désaisonné, selon le groupe de commerce

10-11

7. Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des stocks

10-11

## Introduction

This publication presents estimates of monthly sales of wholesale merchant establishments for Canada, each province and territory. In addition to total sales, sales and inventories, as well as inventories to sales ratios appear for major trade groups based on the 1980 Standard Industrial Classification.

Sales figures are on a net basis (gross sales less returns, adjustments and discounts) whether on cash or credit, and exclude any taxes collected. Also included are commissions earned by wholesalers also acting as agents, while the sales of goods owned by others are excluded.

Inventory figures are the value of the goods owned and held for resale. Included are any inventory in transit or on consignment. Excluded are goods owned and held in inventory abroad, and inventories held on consignment from others.

The estimates contained in this publication are derived from a redesigned monthly survey which incorporates a revised list of wholesale businesses. For a more detailed discussion of the new survey methodology see Appendix II in the January issue.

Establishments in wholesale trade are primarily engaged in selling merchandise to retailers, to industrial, commercial, institutional and professional users, to farmers for use in farm production, and for export; or acting as agents or brokers in buying or selling merchandise to such persons or organizations on a commission basis.

However, sales to end-users of certain commodities (usually capital or investment goods) such as computer equipment, feed, seed or other farm supplies, lumber and building materials, trucks and commercial vehicles, and all types of machinery and equipment, are always classified to wholesale trade. A complete review of definitions and concepts appears in Appendix I, in the January issue.

Users should note that each month, unless otherwise indicated, this publication will contain preliminary estimates for the current month and revised estimates for the preceding month for the unadjusted series. The estimates of the seasonally adjusted series are revised for the preceding three months.

## Introduction

La présente publication donne des estimations des ventes mensuelles des établissements de commerce de gros pour le Canada ainsi que pour chaque province et territoire. En plus des ventes totales, elle contient des données ventilées pour les ventes et les stocks, ainsi que les rapports entre les stocks et les ventes, selon les grands groupes de commerce établis par la Classification type des industries de 1980.

Les chiffres concernent les ventes nettes (ventes brutes diminuées des rendus, des rabais et des escomptes), à crédit ou au comptant, sans les taxes perçues. Sont incluses les commissions obtenues par les grossistes faisant aussi fonction d'agents, mais non les ventes de marchandises appartenant à d'autres entreprises.

Les données sur les stocks représentent la valeur des marchandises possédées et détenues pour la revente. Sont inclus tous les stocks en transit ou en consignment. Ne sont pas comptées les marchandises possédées et détenues à l'étranger, ainsi que les stocks détenus en consignment pour les autres.

Les estimations contenues dans la présente publication sont tirées d'une enquête mensuelle remaniée, qui se fonde sur une liste révisée des établissements de commerce de gros. L'appendice II dans le numéro de janvier, traite en détail de la méthodologie employée pour l'enquête.

Les établissements dont l'activité principale est le commerce de gros vendent des marchandises à des détaillants, à d'autres grossistes, à des industriels, à des commerçants, à des établissements publics, à des professionnels, à des agriculteurs s'il s'agit de marchandises destinées à la production agricole, et à d'autres pays; ou encore vendent des marchandises ou en achètent pour le compte d'autrui, à titre d'agents ou de courtiers, moyennant une commission.

Par ailleurs, on attribue toujours au commerce de gros les ventes de certains produits destinés à l'utilisateur final (habituellement les biens d'équipement ou d'investissement), par exemple le matériel informatique, aliments pour animaux, les semences et les autres fournitures agricoles, le bois et les matériaux de construction, les camions et les véhicules commerciaux, et tous les genres de machines et de matériel. L'appendice I dans le numéro de janvier contient l'ensemble des définitions et des concepts.

L'utilisateur devrait noter que la publication renfermera tous les mois, à moins d'indication contraire, les estimations provisoires pour le mois en cours et les estimations révisées du mois précédent pour les séries non désaisonnalisées. Les estimations des séries désaisonnalisées sont révisées pour les trois mois précédents.

## Highlights

Wholesale merchants' sales dropped 1.9% to \$20.1 billion in October. After successive advances in August (+0.9%) and September (+1.5%), October's decrease pushed sales almost to the low point reached during the summer. During 1995, wholesalers have failed to maintain the pace of growth experienced between January 1993 and February 1995 (+25.0%) as their sales shrunk 3.2% (-\$658 million) since February's peak.

### Widespread decline in sales

Compared with September, wholesalers sold less in 8 of the 11 trade groups (accounting for over 75% of total sales in October). Wholesalers of motor vehicles, parts and accessories suffered the largest current-dollar decline (-5.3% or -\$116 million). Following close behind were the other products (-2.0%), computers and packaged software (-3.6%) and food products (-1.8%) groups, which posted a combined decrease of \$204 million.

Wholesalers of motor vehicles, parts and accessories group dropped by 10.2% or \$237 million since the beginning of the year. This decline parallels a 5.1% drop in the number of new motor vehicles sold by dealers since January 1995.

## Faits saillants

Les ventes des marchands de gros ont chuté de 1,9% en octobre, pour se chiffrer à 20,1 milliards\$. Malgré deux hausses successives enregistrées pour les mois d'août (+0,9%) et septembre (+1,5%), la baisse du mois d'octobre ramène les ventes presque au creux atteint durant l'été. En 1995, les grossistes n'ont pu soutenir le rythme de croissance de 25,0%, noté entre janvier 1993 et février 1995, de sorte que leurs ventes ont régressé de 3,2% (-658 millions\$) par rapport au sommet atteint en février dernier.

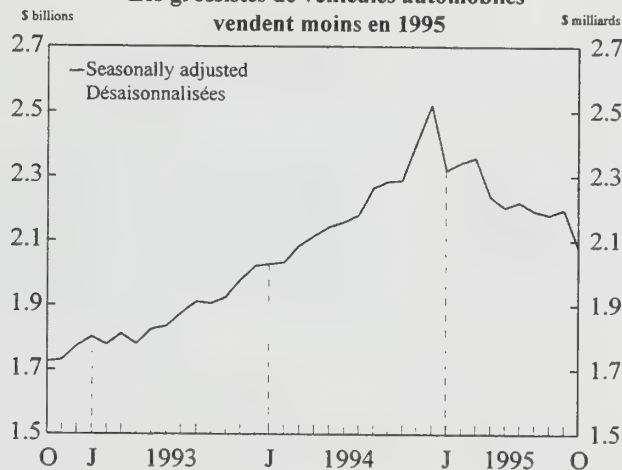
### Baisse généralisée des ventes

Les grossistes ont vendu moins dans 8 des 11 groupes de commerce (représentant plus de 75% des ventes totales en octobre) par rapport au mois précédent. La diminution la plus importante, en dollars courants, a été enregistrée chez les grossistes de véhicules, pièces et accessoires (-5,3% ou -116 millions\$). Viennent ensuite les grossistes de produits divers (-2,0%), les grossistes d'ordinateurs et logiciels (-3,6%) et les grossistes de produits alimentaires (-1,8%). Ensemble ces trois derniers groupes contribuent à une baisse totale de 204 millions\$.

Les ventes des grossistes de véhicules, pièces et accessoires ont chuté de 10,2% ou 237 millions\$ depuis le début de l'année. Cette baisse coïncide avec la diminution de 5,1% du nombre de véhicules automobiles neufs vendus par les détaillants depuis janvier 1995.

Wholesalers of motor vehicles are selling less in 1995

Les grossistes de véhicules automobiles  
vendent moins en 1995



Of the three groups whose sales were up in October, wholesalers of farm machinery, equipment and supplies fared best, with a jump of 4.4% or \$22 million. This upswing was partly due to a 7.2% increase in agricultural machinery imports for the same period.

Parmi les trois groupes affichant une augmentation, les grossistes de machines, matériel et de fournitures agricoles se signalent pour le mois d'octobre avec un bond de 4,4% ou 22 millions\$. La forte croissance de ce groupe est en partie liée à une hausse de 7,2% des importations de machines agricoles pour la même période.

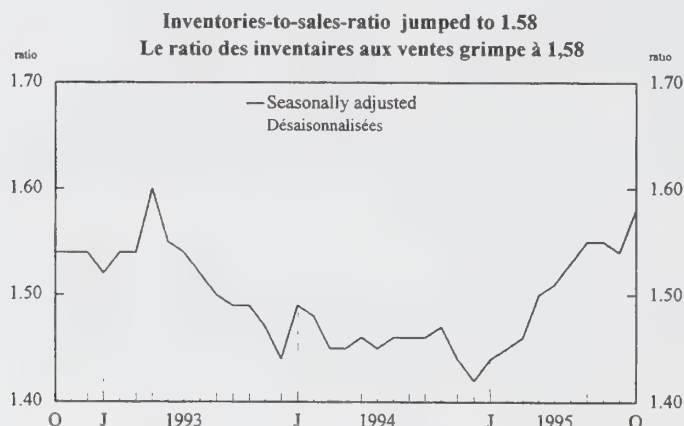


## Inventories continue to rise

In October, wholesalers' inventories grew for the 20th consecutive month, climbing 0.9% to \$31.7 billion. The combination of larger inventories and lower sales led to a significant increase in the inventory-to-sales ratio from 1.54 in September to 1.58 in October – the highest it has been in over two years (it was 1.60 in April 1993). The ratio indicates that for every \$100 worth of sales in October, wholesalers held inventories valued at \$158. An increase in the ratio means a slower rate of inventory turnover and higher costs for wholesalers.

## Les inventaires continuent d'augmenter

Pour un vingtième mois consécutif, les inventaires des grossistes en octobre ont augmenté de 0,9%, pour se chiffrer à 31,7 milliards\$. L'accroissement des inventaires conjugué à la baisse des ventes en octobre a entraîné une hausse importante du ratio des inventaires aux ventes, passant de 1,54 en septembre à 1,58. Le ratio a atteint son niveau le plus élevé depuis plus de deux ans, alors qu'il était de 1,60 en avril 1993. Ce ratio indique que pour le mois d'octobre 1995, les marchands de gros détenaient des inventaires évalués à 158\$ pour un montant de ventes de l'ordre de 100\$. Une hausse du ratio signifie un taux de roulement moins élevé des stocks et, par conséquent, une augmentation des coûts pour les grossistes.



## October's decline affects central Canada and the west coast

The provinces in central Canada and British Columbia were hardest hit by the October decrease. Sales were down 3.2%, or \$294 million, in Ontario; 4.1%, or \$111 million, in British Columbia; and 2.1%, or \$94 million, in Quebec. In contrast, six of the other provinces posted increases.

## La baisse d'octobre affectent le centre du pays et la côte du pacifique

L'impact de la baisse d'octobre s'est surtout faite sentir dans les provinces centrales et la Colombie-Britannique. Ainsi, comparativement à septembre, la province de l'Ontario accuse un recul de 3,2% ou 294 millions\$, la Colombie-Britannique (-4,1% ou 111 million\$) et le Québec (-2,1% ou 94 millions\$). Par contre, six autres provinces ont affiché des hausses.

**Statistical Tables**

**Tableaux statistiques**

Table 1.

## Wholesale Merchant Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region

No.	Trade Group	Sales Ventes				Year-to-date 1995	Change from previous month Variation du mois précédent	
		October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	Cumulatif	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre
		millions of dollars - millions de dollars						
	Trade Group - Canada							
1	Food products	3,456	3,519	3,422	3,536	35,727	-1.8	2.8
2	Beverage, drug and tobacco products	1,194	1,182	1,181	1,162	11,677	1.0	--
3	Apparel and dry goods	444	453	457	437	4,476	-2.1	-0.8
4	Household goods	614	657	664	644	6,429	-6.6	-1.1
5	Motor vehicles, parts and accessories	2,081	2,197	2,180	2,193	22,327	-5.3	0.8
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1,596	1,615	1,589	1,593	16,162	-1.2	1.6
7	Lumber and building materials	1,680	1,716	1,644	1,619	17,477	-2.0	4.4
8	Farm machinery, equipment and supplies	536	514	525	495	5,037	4.4	-2.2
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	3,086	3,077	3,138	3,082	31,075	0.3	-1.9
10	Computers and packaged software	1,754	1,820	1,721	1,640	17,272	-3.6	5.7
11	Other products	3,651	3,727	3,644	3,584	35,749	-2.0	2.3
12	Total, all trades	20,092	20,476	20,165	19,985	203,409	-1.9	1.5
	Regions							
13	Newfoundland	189	191	192	189	1,869	-0.9	-0.9
14	Prince Edward Island	45	45	41	37	432	0.7	8.4
15	Nova Scotia	449	444	446	450	4,418	1.1	-0.4
16	New Brunswick	290	284	289	289	2,894	2.4	-2.0
17	Quebec	4,380	4,474	4,445	4,420	45,553	-2.1	0.6
18	Ontario	8,769	9,063	8,775	8,765	88,416	-3.2	3.3
19	Manitoba	694	667	686	632	6,778	4.1	-2.8
20	Saskatchewan	689	656	670	600	6,893	5.1	-2.1
21	Alberta	1,999	1,954	1,924	1,876	19,094	2.3	1.6
22	British Columbia	2,562	2,672	2,668	2,702	26,816	-4.1	0.2
23	Yukon	11	11	13	11	107	-5.5	-10.1
24	Northwest Territories	13	14	15	14	139	-10.1	-4.6



Tableau 1.

## Ventes des marchands de gros, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région

Change from previous month  Variation du mois précédent		Change from previous year  Variation de l'année précédente					Groupe de commerce	N°
August 1995 Août	July 1995 Juillet	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	Year-to-date 1995 Cumulatif		
per cent - pourcentage								
							<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
-3.2	-1.7	-1.0	-0.1	-4.4	-1.3	1.1	Produits alimentaires	1
1.7	0.6	3.8	8.2	6.5	4.5	7.2	Boissons, médicaments et tabac	2
4.6	1.0	-3.5	-1.1	-2.5	-8.8	-2.2	Vêtements et articles de mercerie	3
3.1	-0.4	-5.1	6.9	3.4	5.9	6.3	Articles ménagers	4
-0.6	-1.2	-9.0	-3.8	-3.7	0.6	3.5	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
-0.2	-2.9	0.9	2.7	1.7	6.0	11.5	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
1.5	-4.1	-6.9	-3.4	-8.2	-7.4	0.9	Bois et matériaux de construction	7
6.1	1.6	17.9	8.3	14.4	9.7	14.9	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
1.8	0.4	0.7	0.3	4.8	4.5	6.5	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
4.9	-2.4	10.4	17.8	10.4	3.2	14.1	Ordinateurs et logiciel	10
1.7	0.5	10.6	14.1	13.7	13.6	15.9	Produits divers	11
0.9	-1.0	1.3	4.1	2.7	3.2	7.2	<b>Total, ensemble des commerces</b>	12
							<b>Régions</b>	
2.0	0.8	7.0	8.4	7.2	-1.5	2.5	Terre-Neuve	13
10.6	-25.9	-2.1	-5.6	-11.5	-22.4	-6.4	Île-du-Prince-Édouard	14
-0.9	4.8	6.4	7.9	7.5	9.7	8.3	Nouvelle-Écosse	15
0.1	-1.2	8.4	4.0	8.3	9.7	11.9	Nouveau-Brunswick	16
0.6	-1.6	-0.5	3.1	1.6	1.0	5.4	Québec	17
0.1	-0.1	2.5	7.5	5.0	7.5	10.8	Ontario	18
8.6	-8.4	4.7	0.5	5.4	0.6	7.7	Manitoba	19
11.7	-9.1	14.5	8.0	12.3	4.1	17.7	Saskatchewan	20
2.6	1.3	2.8	1.8	1.9	0.8	4.2	Alberta	21
-1.3	-1.0	-6.2	-3.9	-5.7	-4.2	-1.2	Colombie-Britannique	22
16.4	-26.3	23.8	47.5	41.4	12.9	17.3	Yukon	23
9.4	9.9	10.5	16.3	18.0	-8.9	14.9	Territoires du Nord-Ouest	24

Table 2.

## Wholesale Merchants Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region

No.	Trade Group	Sales				
		Ventes				
		October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	Year-to-date 1995 Cumulatif
		millions of dollars - millions de dollars				
	<b>Trade Group - Canada</b>					
1	Food products	3,458	3,545	3,510	3,591	35,441
2	Beverage, drug and tobacco products	1,299	1,221	1,249	1,148	11,554
3	Apparel and dry goods	498	550	645	465	4,743
4	Household goods	766	782	728	565	6,214
5	Motor vehicles, parts and accessories	2,223	2,299	2,191	1,965	22,475
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1,717	1,679	1,707	1,521	16,314
7	Lumber and building materials	1,810	1,882	1,894	1,762	17,666
8	Farm machinery, equipment and supplies	594	495	647	508	5,127
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	3,161	3,116	3,121	2,905	30,880
10	Computers and packaged software	1,565	2,004	1,567	1,334	16,892
11	Other products	3,810	3,728	3,544	3,293	35,705
12	<b>Total, all trades</b>	<b>20,902</b>	<b>21,301</b>	<b>20,803</b>	<b>19,056</b>	<b>203,012</b>
	<b>Regions</b>					
13	Newfoundland	210	208	213	201	1,864
14	Prince Edward Island	45	45	41	42	436
15	Nova Scotia	450	464	465	493	4,449
16	New Brunswick	305	300	315	300	2,886
17	Quebec	4,646	4,843	4,761	4,158	45,587
18	Ontario	9,117	9,330	8,899	8,095	87,865
19	Manitoba	704	670	707	671	6,837
20	Saskatchewan	700	649	717	585	6,925
21	Alberta	2,107	2,015	1,935	1,779	19,006
22	British Columbia	2,593	2,748	2,720	2,703	26,906
23	Yukon	11	13	13	12	108
24	Northwest Territories	13	16	18	17	141

Tableau 2.

## Ventes des marchands de gros, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région

Change from previous year					Groupe de commerce	N°
Variation de l'année précédente						
October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	Year-to-date 1995 Cumulatif		
per cent - pourcentage						
					<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
-0.5	-1.6	-5.3	-2.0	1.0	Produits alimentaires	1
6.0	3.9	6.0	4.5	7.1	Boissons, médicaments et tabac	2
-0.3	-3.7	2.3	-9.0	-0.5	Vêtements et articles de mercerie	3
-2.4	6.1	6.7	2.9	4.9	Articles ménagers	4
-8.6	-4.5	-3.2	-0.9	2.8	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
3.8	-0.7	2.0	4.0	11.1	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
-5.1	-6.4	-9.0	-10.5	-1.0	Bois et matériaux de construction	7
21.2	1.8	21.3	8.6	14.9	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
2.2	-2.0	5.7	2.9	6.7	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
10.0	21.1	7.0	-1.4	14.7	Ordinateurs et logiciels	10
11.7	12.5	14.7	12.2	15.5	Produits divers	11
2.5	2.2	2.7	1.3	6.8	<b>Total, ensemble des commerces</b>	12
					<b>Régions</b>	
8.0	5.9	8.9	-3.6	3.5	Terre-Neuve	13
1.2	-6.2	-15.8	-25.1	-6.6	Île-du-Prince-Édouard	14
8.1	6.7	8.0	8.7	8.3	Nouvelle-Écosse	15
10.4	1.8	8.4	7.2	11.2	Nouveau-Brunswick	16
-0.1	1.3	2.0	-1.7	5.5	Québec	17
3.7	5.5	5.1	6.0	10.3	Ontario	18
4.3	-3.9	5.3	-0.4	6.7	Manitoba	19
14.4	-1.4	10.3	-0.8	17.1	Saskatchewan	20
7.3	2.0	0.5	-2.4	3.8	Alberta	21
-5.8	-4.7	-5.7	-4.6	-1.4	Colombie-Britannique	22
25.3	41.0	44.6	15.0	18.8	Yukon	23
9.0	20.4	22.7	-1.4	14.2	Territoires du Nord-Ouest	24



Table 3.

## Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Sales

No.	Trade Group	Response Fraction			
		Fraction de réponse			
		October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet
		per cent - pourcentage			
	<b>Trade Group - Canada</b>				
1	Food products	87.9	93.4	93.5	93.4
2	Beverage, drug and tobacco products	89.6	91.9	91.3	93.5
3	Apparel and dry goods	87.2	88.3	89.3	88.8
4	Household goods	92.7	94.3	95.8	97.4
5	Motor vehicles, parts and accessories	90.8	93.0	93.1	94.4
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	85.0	85.3	87.4	84.0
7	Lumber and building materials	88.5	90.3	90.3	90.0
8	Farm machinery, equipment and supplies	91.9	92.2	90.1	91.8
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	82.1	84.9	84.5	86.9
10	Computers and packaged software	90.6	90.9	89.4	90.5
11	Other products	86.4	89.4	89.5	89.6
12	<b>Total, all trades</b>	<b>87.5</b>	<b>90.1</b>	<b>90.0</b>	<b>90.6</b>
	<b>Regions</b>				
13	Newfoundland	84.3	90.4	90.5	93.0
14	Prince Edward Island	81.7	85.7	85.4	86.5
15	Nova Scotia	79.6	86.9	89.2	90.4
16	New Brunswick	82.1	81.5	81.1	85.1
17	Quebec	90.4	92.7	92.8	93.6
18	Ontario	86.3	89.1	87.6	89.0
19	Manitoba	87.7	89.8	93.9	93.4
20	Saskatchewan	87.0	88.4	89.4	90.4
21	Alberta	87.7	90.7	90.0	89.2
22	British Columbia	88.7	90.2	93.5	91.2
23	Yukon	88.4	83.6	76.0	89.6
24	Northwest Territories	67.9	79.5	77.6	82.0

Tableau 3.

## Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des ventes

Coefficient of variation				Groupe de commerce	N°
Coefficient de variation					
October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet		
per cent - pourcentage					
				<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
2.1	2.1	2.2	2.4	Produits alimentaires	1
3.5	3.1	3.4	3.6	Boissons, médicaments et tabac	2
16.3	10.0	8.0	5.8	Vêtements et articles de mercerie	3
8.0	7.8	7.5	7.8	Articles ménagers	4
5.8	5.3	4.8	4.4	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
6.9	5.8	6.3	6.1	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
5.5	5.1	5.3	5.0	Bois et matériaux de construction	7
5.5	4.7	6.3	4.9	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
3.1	3.1	3.5	4.1	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
3.9	3.3	3.9	5.0	Ordinateurs et logiciels	10
4.2	4.2	4.1	4.2	Produits divers	11
1.5	1.4	1.4	1.4	<b>Total, ensemble des commerces</b>	12
				<b>Régions</b>	
4.1	3.7	3.7	4.1	Terre-Neuve	13
2.0	2.9	2.5	4.4	Île-du-Prince-Édouard	14
4.9	4.2	3.7	5.8	Nouvelle-Écosse	15
3.0	2.8	5.5	5.7	Nouveau-Brunswick	16
3.2	2.7	2.8	2.5	Québec	17
2.6	2.4	2.5	2.6	Ontario	18
4.8	4.2	4.0	3.8	Manitoba	19
6.7	6.7	7.2	5.1	Saskatchewan	20
4.3	4.3	3.0	2.9	Alberta	21
3.5	3.5	3.6	4.3	Colombie-Britannique	22
4.5	1.4	6.3	--	Yukon	23
0.3	1.1	5.0	0.1	Territoires du Nord-Ouest	24

Table 4.

## Wholesale Merchants Inventories, Seasonally Adjusted, by Trade Group

No.	Trade Group	Inventories Stocks				Change from previous month Variation du mois précédent	
		October 1995	September 1995	August 1995	July 1995	October 1995	September 1995
		Octobre	Septembre	Août	Juillet	Octobre	Septembre
		millions of dollars - millions de dollars					
	<b>Trade Group - Canada</b>						
1	Food products	2,296	2,268	2,246	2,232	1.3	1.0
2	Beverage, drug and tobacco products	1,438	1,422	1,407	1,413	1.1	1.1
3	Apparel and dry goods	1,065	1,030	1,030	1,033	3.3	0.1
4	Household goods	1,557	1,554	1,517	1,505	0.2	2.4
5	Motor vehicles, parts and accessories	4,196	4,162	4,209	4,211	0.8	-1.1
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	2,967	2,931	2,892	2,893	1.2	1.4
7	Lumber and building materials	3,244	3,207	3,205	3,223	1.2	0.1
8	Farm machinery, equipment and supplies	1,526	1,516	1,503	1,507	0.7	0.8
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	6,873	6,827	6,855	6,770	0.7	-0.4
10	Computers and packaged software	1,863	1,850	1,751	1,645	0.7	5.6
11	Other products	4,706	4,674	4,619	4,536	0.7	1.2
12	<b>Total, all trades</b>	<b>31,732</b>	<b>31,441</b>	<b>31,233</b>	<b>30,968</b>	<b>0.9</b>	<b>0.7</b>

Table 5.

## Wholesale Merchants Inventories, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group

No.	Trade Group	Inventories Stocks			
		October 1995	September 1995	August 1995	July 1995
		Octobre	Septembre	Août	Juillet
		millions of dollars - millions de dollars			
	<b>Trade Group - Canada</b>				
1	Food products	2,359	2,289	2,227	2,245
2	Beverage, drug and tobacco products	1,488	1,484	1,452	1,445
3	Apparel and dry goods	1,004	1,029	1,072	1,134
4	Household goods	1,629	1,608	1,545	1,531
5	Motor vehicles, parts and accessories	4,060	4,091	4,174	4,249
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	2,880	2,913	2,899	2,922
7	Lumber and building materials	3,029	3,056	3,103	3,244
8	Farm machinery, equipment and supplies	1,489	1,473	1,500	1,550
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	6,913	6,879	6,957	6,946
10	Computers and packaged software	1,840	1,783	1,741	1,698
11	Other products	4,682	4,585	4,499	4,384
12	<b>Total, all trades</b>	<b>31,373</b>	<b>31,190</b>	<b>31,168</b>	<b>31,350</b>



Tableau 4.

## Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce

Change from previous month Variation du mois précédent		Change from previous year Variation de l'année précédente				Groupe de commerce	N°
August 1995 Août	July 1995 Juillet	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet		
per cent - pourcentage						<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
0.6	-2.3	0.6	0.9	2.7	3.9	Produits alimentaires	1
-0.5	1.3	-0.2	-3.1	-4.1	-1.7	Boissons, médicaments et tabac	2
-0.3	0.3	-2.1	-5.5	-8.4	-4.8	Vêtements et articles de mercerie	3
0.8	0.5	13.3	18.4	17.5	17.0	Articles ménagers	4
-	-2.7	11.2	13.2	14.5	13.6	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
-	0.8	15.6	14.4	13.5	14.1	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
-0.6	2.3	10.9	11.2	10.6	11.3	Bois et matériaux de construction	7
-0.3	0.4	-7.9	-6.2	-4.4	-0.9	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
1.3	1.1	8.2	9.2	10.3	16.5	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
6.5	0.4	7.6	6.0	-1.6	-18.1	Ordinateurs et logiciels	10
1.8	2.0	20.2	21.8	20.6	19.0	Produits divers	11
0.9	0.4	9.0	9.6	9.3	9.6	<b>Total, ensemble des commerces</b>	12

Tableau 5.

## Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce

Change from previous year Variation de l'année précédente				Groupe de commerce	N°
October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet		
per cent - pourcentage				<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
-0.3	-2.5	-1.5	-2.8	Produits alimentaires	1
2.7	2.6	1.3	7.4	Boissons, médicaments et tabac	2
-0.6	-6.5	-9.1	-4.8	Vêtements et articles de mercerie	3
13.2	18.8	15.5	15.2	Articles ménagers	4
11.1	12.1	15.7	15.8	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
15.5	14.0	12.8	13.8	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
10.7	10.6	10.3	11.9	Bois et matériaux de construction	7
-7.3	-6.1	-4.0	-0.5	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
8.1	9.2	10.9	17.8	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
9.1	8.4	-1.8	-20.4	Ordinateurs et logiciels	10
20.0	21.8	21.1	19.1	Produits divers	11
9.2	9.5	9.3	9.7	<b>Total, ensemble des commerces</b>	12

Table 6.

## Wholesale Merchants, Inventories/Sales Ratio Seasonally Adjusted, by Trade Group

No.	Trade Group	Inventories/sales ratio Rapport stocks/ventes			
		October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet
	<b>Trade Group - Canada</b>				
1	Food products	0.66	0.64	0.66	0.63
2	Beverage, drug and tobacco products	1.20	1.20	1.19	1.22
3	Apparel and dry goods	2.40	2.27	2.25	2.37
4	Household goods	2.54	2.36	2.28	2.34
5	Motor Vehicles, parts and accessories	2.02	1.89	1.93	1.92
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1.86	1.82	1.82	1.82
7	Lumber and building materials	1.93	1.87	1.95	1.99
8	Farm machinery, equipment and supplies	2.85	2.95	2.86	3.04
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	2.23	2.22	2.18	2.20
10	Computers and packaged software	1.06	1.02	1.02	1.00
11	Other products	1.29	1.25	1.27	1.27
12	<b>Total, all trades</b>	<b>1.58</b>	<b>1.54</b>	<b>1.55</b>	<b>1.55</b>

Table 7.

## Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Inventories

No.	Trade Group	Response fraction Fraction de réponse			
		October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet
	<b>Trade Group - Canada</b>				
		per cent - pourcentage			
1	Food products	80.6	84.7	85.3	84.2
2	Beverage, drug and tobacco products	85.2	86.5	86.4	86.7
3	Apparel and dry goods	65.6	60.7	63.4	63.9
4	Household goods	77.6	81.1	84.6	85.1
5	Motor Vehicles, parts and accessories	71.2	85.1	85.2	87.4
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	79.6	76.9	77.6	82.5
7	Lumber and building materials	74.7	72.0	73.0	73.6
8	Farm machinery, equipment and supplies	77.9	78.7	78.1	76.9
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	73.1	74.4	74.1	77.5
10	Computers and packaged software	72.2	75.0	69.9	78.6
11	Other products	66.8	68.7	67.2	69.0
12	<b>Total, all trades</b>	<b>74.0</b>	<b>76.5</b>	<b>76.3</b>	<b>78.5</b>

Tableau 6.

## Marchands de gros, rapport stocks/ventes désaisonnalisés, selon le groupe de commerce

Inventories/sales ratio Rapport stocks/ventes				Groupe de commerce	N°
October 1994 Octobre	September 1994 Septembre	August 1994 Août	July 1994 Juillet		
				<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
0.65	0.64	0.61	0.60	Produits alimentaires	1
1.25	1.34	1.32	1.29	Boissons, médicaments et tabac	2
2.37	2.38	2.40	2.27	Vêtements et articles de mercerie	3
2.12	2.13	2.01	2.11	Articles ménagers	4
1.65	1.61	1.62	1.70	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
				Métaux, articles de quincaillerie, matériel de	6
				plomberie et de chauffage	
1.62	1.63	1.63	1.69	Bois et matériaux de construction	7
1.62	1.62	1.62	1.66	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
3.64	3.41	3.42	3.37	Machines, matériel et fournitures industriels et	9
2.07	2.04	2.08	1.97	autres	
1.09	1.13	1.14	1.26	Ordinateurs et logiciels	10
1.19	1.17	1.20	1.21	Produits divers	11
1.47	1.46	1.46	1.46	<b>Total, ensemble des commerces</b>	12

Tableau 7.

## Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des stocks

Coefficient of variation Coefficient de variation				Groupe de commerce	N°
October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet		
per cent - pourcentage				<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
3.7	3.5	3.2	4.0	Produits alimentaires,	1
5.5	5.4	5.4	5.7	Boissons, médicaments et tabac	2
8.4	7.3	7.2	7.4	Vêtements et articles de mercerie	3
9.2	9.6	8.3	9.0	Articles ménagers	4
3.3	4.7	4.4	3.8	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
5.6	5.6	5.3	5.3	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de	6
				plomberie et de chauffage	
7.9	7.6	7.4	7.3	Bois et matériaux de construction	7
6.5	6.2	5.9	5.8	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
3.7	3.7	3.5	3.4	Machines, matériel et fournitures industriels et	9
				autres	
4.6	4.5	4.5	5.8	Ordinateurs et logiciels	10
6.8	6.5	6.5	5.7	Produits divers	11
1.8	1.8	1.8	1.7	<b>Total, ensemble des commerces</b>	12



*Don't let the changing world  
take you by surprise!*

*Ne soyez pas dépassé  
par les événements!*



**An aging population. Lone-parent families. A diverse labour force. Do you know how today's social changes will affect your future ... your organization ... and your family?**

**Keep pace with the dramatic shifts in Canada's evolving social fabric with Statistic Canada's best-selling quarterly, *Canadian Social Trends*. With vast and varied reports on major changes in key social issues and trends, this periodical incorporates findings from over 50 national surveys.**

**Written by some of Canada's leading-edge social analysts, *Canadian Social Trends* combines painstaking research with dynamic prose on topics like ethnic diversity, low-income families, time-crunch stress, violent crime and much more — all in a colourful, easy-to-read, magazine format.**

***A lasting record of changing times!***

**Join the thousands of business and policy analysts, social-science professionals, and academics who trust *Canadian Social Trends* to demystify the causes and consequences of change in Canadian society. Don't miss a single issue — subscribe today.**

***Canadian Social Trends* (catalogue number 11-0080XPE) is \$34 annually in Canada, US\$41 in the United States and US\$48 in other countries.**

**Le vieillissement de la population.**

**Les familles monoparentales. La diversification de la population active. Savez-vous comment les changements sociaux d'aujourd'hui vont se répercuter sur votre avenir, votre organisation, votre famille?**

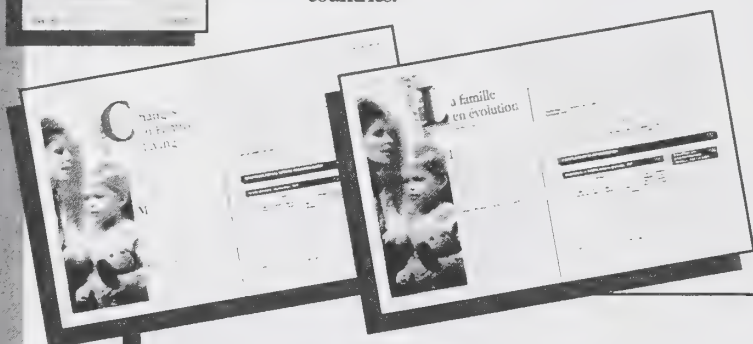
**Suivez l'évolution spectaculaire de la société canadienne grâce à *Tendances sociales canadiennes*, une publication trimestrielle de Statistique Canada. Avec des articles vastes et variés sur les principaux changements caractérisant les questions et les tendances sociales principales, cette publication intègre les résultats de plus de 50 enquêtes nationales.**

**Certains des analystes sociaux les plus reconnus du Canada rédigent des articles dans *Tendances sociales canadiennes*. Ils présentent les résultats de recherches minutieuses dans un style attrayant pour des sujets tels que la diversité ethnique, les familles à faible revenu, le stress dû au manque de temps, le crime et bien d'autres encore dans une revue haute en couleur et de lecture aisée.**

***Un dossier permanent d'une époque en évolution!***

**Des milliers d'analystes des entreprises et des politiques, de professionnels des sciences sociales et d'universitaires lisent *Tendances sociales canadiennes* pour identifier les causes et les conséquences de l'évolution de la société canadienne. Ne manquez pas un numéro, abonnez-vous dès aujourd'hui.**

**L'abonnement annuel à *Tendances sociales canadiennes* (n° 11-0080XPF au catalogue) coûte 34 \$ au Canada, 41 \$ US aux États-Unis et 48 \$ US dans les autres pays.**



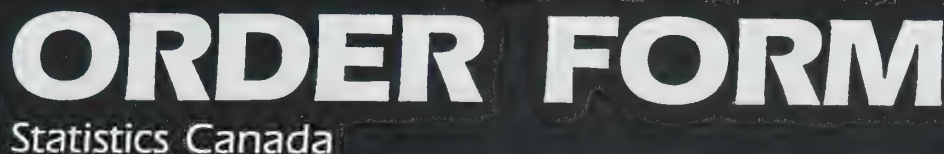
To order, write to Statistics Canada, Marketing Division, Sales and Service, 120 Parkdale Ave., Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

If more convenient, fax your order to 1-613-951-1584 or call toll-free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard.

Pour passer votre commande, écrivez à Statistique Canada, Division du marketing, Vente et service, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou adressez-vous au centre de services-conseils de Statistique Canada le plus proche de chez vous et dont la liste figure dans cette publication.

Vous pouvez aussi envoyer votre commande par télécopieur, au 1-613-951-1584, ou téléphoner sans frais au 1-800-267-6677 et donner votre numéro de carte VISA ou MasterCard.





**METHOD OF PAYMENT:**



**1-800-267-6677**

**(613) 951-1584**

**Statistics Canada**  
**Operations and Integration**  
**Circulation Management**  
**120 Parkdale Avenue**  
**Ottawa, Ontario**  
**Canada K1A 0T6**

Charge to VISA or MasterCard. Outside Canada and the U.S. call (613) 951-7277. Please do not send confirmation.

VISA, MasterCard and  
Purchase Orders only.  
Please do not send  
confirmation. A fax will be  
treated as an original order.



**INTERNET:** [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)

(Please print)

Company

Department

### Attention

Title

### Address

City

Province

Postal Code

Phone

Fax

**Please ensure that all information is completed.**

(Check only one)

☐ Please charge my:

☐ VISA MasterCard

Card Number

Signature \_\_\_\_\_

Expiry Date

☐ **Payment enclosed \$**

Please make cheque or money order payable to the  
Receiver General for Canada - Publications.

 **Purchase Order Number**

(Please enclose)

**Authorized Signature**

[illegible]

**Note:** Catalogue prices for U.S. and other countries are shown in US dollars.

GST Registration # R121491807

Cheque or money order should be made payable to the Receiver General for Canada — Publications.

Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST and applicable PST. Foreign clients pay total amount in US funds drawn on a US bank. Prices for US and foreign clients are shown in US dollars.

**SUBTOTAL**

**DISCOUNT**  
(if applicable)

**GST (7%)  
and applicable PST  
(Canadian clients only)**

**GRAND TOTAL**

PF 093238

## THANK YOU FOR YOUR ORDER!

Statistics  
CanadaStatistique  
Canada

# Canada

**MODALITÉS DE PAIEMENT:**

Compagnie		
Service		
À l'attention de	Fonction	
Adresse		
Ville	( )	Province ( )
Code postal	Téléphone	Télécopieur
Veuillez vous assurer de remplir le bon au complet.		

[illegible]

TOTAL GÉNÉRAL

PF 093238

**MERCI DE VOTRE COMMANDE!**





✓ **Identify  
Emerging Trends**

✓ **Define New  
Markets**

✓ **Pinpoint Profit  
Opportunities**

✓ **Dégagez les  
nouvelles tendances**

✓ **Définissez les  
nouveaux marchés**

✓ **Déterminez les  
possibilités de profit**

**T**o safeguard your place in tomorrow's marketplace, you have to be able to anticipate trends today. To do that, you're going to need some insight into the purchasing trends in the Canadian marketplace.

With a complete profile of Canadian consumers, plus an indepth analysis of Canadian industries, the *Market Research Handbook* gives you the most thorough coverage of purchasing trends. This valued bestseller can lead you to new markets by giving you details on:

- ▶ how much money Canadians are earning and what they're spending on cars, rent, home entertainment and household appliances;
  - ▶ the level of sales in retail chain and department stores;
  - ▶ what goods are being traded between Canada, U.S., and other countries;
  - ▶ census data such as: age/sex, schooling, households, unemployment, interprovincial and international migration
- ...and much, much more!

With over 600 pages, the *Handbook* includes more than 200 statistical tables that give you instant access to provincial and national market data. Featured are important economic indicators such as the **Gross Domestic Product**, **Labour Force Productivity**, **Private and Public Investment** and the **Consumer Price Index**.

Order your copy of the *Market Research Handbook* (Catalogue #63-2240XPB) today for only \$110 in Canada plus \$7.70 GST, US\$132 in the United States, and US\$154 in other countries.

**CALL TOLL-FREE 1-800-267-6677 OR FAX (613)951-1584** and use your VISA or MasterCard. **OR MAIL** your order to: Statistics Canada, Marketing Division, Sales and Service, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Regional Office listed in this publication.



**P**our maintenir votre place sur le marché de demain, vous devez être en mesure de prévoir les tendances aujourd'hui. Pour ce faire, vous devrez comprendre les habitudes d'achat sur le marché canadien.

Renfermant un profil complet des consommateurs canadiens ainsi qu'une analyse approfondie des industries canadiennes, le *Recueil statistique des études de marché* brosse un tableau exhaustif des habitudes d'achat. Ce précieux best-seller peut vous faire découvrir de nouveaux marchés en vous fournissant les détails suivants :

- ▶ les revenus des Canadiens et leurs dépenses pour la voiture, le loyer, les appareils de divertissement et les appareils ménagers;
  - ▶ le niveau des ventes dans les magasins de détail à succursales et les grands magasins;
  - ▶ les biens échangés entre le Canada, les É.-U. et d'autres pays;
  - ▶ les données du recensement telles que l'âge, le sexe, le niveau de scolarité, les ménages, le chômage, la migration interprovinciale et internationale
- ...et bien plus encore!

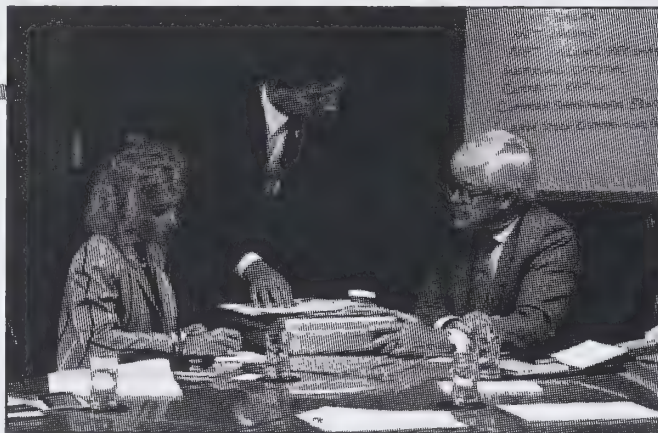
Le *Recueil*, contenant plus de 600 pages et au delà de 200 tableaux statistiques, vous permettra d'accéder instantanément aux données provinciales et nationales sur le marché. Il traite d'indicateurs économiques importants tels que le **produit intérieur brut**, la **productivité de la population active**, les **investissements privés et publics** et l'**Indice des prix à la consommation**.

Procurez-vous votre exemplaire du *Recueil statistique des études de marché* (n° 63-2240XPB au catalogue) dès aujourd'hui pour seulement 110 \$ au Canada plus 7,70 \$ de TPS, 132 \$ US aux États-Unis et 154 \$ US dans les autres pays. Commandez votre exemplaire **PAR TÉLÉPHONE EN COMPOSANT SANS FRAIS** le 1-800-267-6677 **OU PAR TÉLÉCOPIEUR** au (613) 951-1584 et utilisez votre carte VISA ou MasterCard, **OU PAR LA POSTE** à l'adresse suivante : Statistique Canada, Division du marketing, Vente et service, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou communiquez avec le bureau régional de Statistique Canada le plus près dont la liste figure dans la présente publication.



# Hire our team of researchers for \$56 a year

# Notre équipe de chercheurs est à votre service pour 56 \$ par année



**S**ubscribing to *Perspectives on Labour and Income* is like having a complete research department at your disposal. Solid facts. Unbiased analysis. Reliable statistics.

But *Perspectives* is more than just facts and figures. It offers authoritative insights into complex

labour and income issues, analyzing the statistics to bring you simple, clear summaries of labour market and income trends.

Our team of experts brings you the latest labour and income data. Each quarterly issue provides:

- topical articles on current labour and income trends
- more than 50 key labour and income indicators
- a review of ongoing research
- information on new surveys

As a special bonus, twice a year you will also receive *The Labour Market Review*, giving you timely analysis on labour market performance over the previous six months or year.

**And all for only \$56!**

Thousands of Canadian professionals turn to *Perspectives* to discover emerging trends in labour and income and to stay up to date on the latest research findings. As a subscriber, you will get the inside story.

We know you'll find *Perspectives* indispensable. GUARANTEED. If you aren't convinced after reading the first issue, we'll give you a FULL REFUND on all outstanding issues. Order your subscription to *Perspectives* today (Cat. No. 75-0010XPE).

## ORDER NOW!

For only \$56 (plus \$3.92 GST) you will receive the latest labour and income research (4 issues per year). Subscription rates are US\$68 for U.S. customers and US\$80 for customers in other countries.

Fax your VISA or MasterCard order to: (613) 951-1584.

Call toll free: 1-800-267-6677. Or mail to: Statistics Canada,

Marketing Division, Sales and Service, 120 Parkdale Ave., Ottawa, Ontario K1A 0T6. Or contact your nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

**S'**abonner à *L'emploi et le revenu en perspective*, c'est disposer d'une division entière de chercheurs à votre service. Des faits solides. Des analyses objectives. Des statistiques fiables.

La publication n'a pas que des faits et des chiffres. Elle offre également des analyses de fond sur des questions complexes touchant l'emploi et le revenu, de façon à fournir des indications claires et précises sur les

tendances actuelles du marché du travail et des revenus.

Notre équipe de spécialistes met à votre disposition des données récentes sur l'emploi et le revenu. Dans chacun des numéros trimestriels, vous trouverez :

- des articles de fond sur l'emploi et le revenu
- plus de 50 indicateurs clés de l'emploi et du revenu
- un aperçu de la recherche en cours
- de l'information sur les nouvelles enquêtes

En prime, vous recevrez le *Bilan du marché du travail* deux fois l'an. Vous disposerez ainsi d'une analyse à jour de la situation du marché du travail pour les six derniers mois ou la dernière année.

**Tout cela pour 56 \$ seulement!**

Des milliers de professionnels au Canada consultent *Perspective* pour connaître les tendances de l'emploi et du revenu, ainsi que les plus récents résultats de recherche. Votre abonnement vous permettra de connaître tous les faits.

Nous savons que *L'emploi et le revenu en perspective* deviendra pour vous un outil indispensable. C'EST GARANTI. Si vous n'êtes pas satisfait après avoir lu le premier numéro, nous vous REMBOURSERONS le montant payé pour les numéros à venir. Abonnez-vous à *Perspective* (n° 75-0010XPF au cat.) dès aujourd'hui.

## ABONNEZ-VOUS DÈS MAINTENANT!

Pour 56 \$ seulement (TPS de 3,92 \$ en sus), vous recevrez les plus récentes recherches sur l'emploi et le revenu (quatre numéros par année). L'abonnement est de 68 \$ US aux États-Unis et de 80 \$ US dans les autres pays. Faites parvenir votre commande par télécopieur (VISA ou MasterCard) au (613) 951-1584, par téléphone (sans frais) au 1-800-267-6677, par courrier à Statistique Canada, Division du marketing, Vente et service, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6. Ou communiquez avec le Centre de consultation de Statistique Canada le plus près. (Voir la liste dans la présente publication).



Catalogue no. 63-008-XPB

# Wholesale Trade

November 1995

N°63-008-XPB au catalogue

# Commerce de gros

Novembre 1995



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada



## Data in Many Forms . . .

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-out, microfiche and microfilm, and magnetic tape. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

### How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Wholesale Trade Section,  
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 1-613-951-3541) or to the Statistics Canada Reference Centre in:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montréal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Toll-free access is provided for all users who reside outside the local dialing area of any of the Regional Reference Centres.

National Enquiries Line	1-800-263-1136
National Telecommunications Device for the Hearing Impaired	1-800-363-7629
National Toll-free Order-only Line (Canada and United States)	1-800-267-6677

### How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Ave., Ottawa, Ontario, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)  
Facsimile Number (1-613-951-1584)  
Toronto Credit Card Only (1-416-973-8018)

### Standards of Service to the Public

To maintain quality service to the public, Statistics Canada follows established standards covering statistical products and services, delivery of statistical information, cost-recovered services and services to respondents. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

## Des données sous plusieurs formes . . .

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimé d'ordinateur, microfiche et microfilm, et bande magnétique. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

### Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doit être adressée à la:

Section du commerce de gros,  
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 1-613-951-3541) ou au Centre de consultation de Statistique Canada à:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montréal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Un service d'appel interurbain sans frais est offert à tous les utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des Centres régionaux de consultation.

Service national de renseignements	1-800-263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1-800-363-7629
Service national du numéro sans frais pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1-800-267-6677

### Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à Statistique Canada, la Division des Opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario), K1A 0T6.

(1-613-951-7277)  
Numéro du télécopieur (1-613-951-1584)  
Toronto Carte de crédit seulement (1-416-973-8018)

### Normes de service au public

Afin de maintenir la qualité du service au public, Statistique Canada observe des normes établies en matière de produits et de services statistiques, de diffusion d'information statistique, de services à recouvrement des coûts et de services aux répondants. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.



Statistics Canada  
Industry Division  
Wholesale Trade Section

# Wholesale Trade

November 1995

Statistique Canada  
Division de l'industrie  
Section du commerce de gros

# Commerce de gros

Novembre 1995

Published by authority of the Minister  
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1996

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission from Licence Services, Marketing Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

January 1996

Price: Canada: \$18.00 per issue,  
\$180.00 annually  
United States: US\$22.00 per issue,  
US\$216.00 annually  
Other Countries: US\$26.00 per issue,  
US\$252.00 annually

Catalogue no. 63-008-XPB, Vol. 58, No.11  
Frequency: Monthly

ISSN 0380-7894

Ottawa

Publication autorisée par le ministre  
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1996

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable des Services de concession des droits de licence, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Janvier 1996

Prix : Canada : 18 \$ l'exemplaire,  
180 \$ par année  
États-Unis : 22 \$ US l'exemplaire,  
216 \$ US par année  
Autres pays : 26 \$ US l'exemplaire,  
252 \$ US par année

N° 63-008-XPB au catalogue, vol. 58, n° 11  
Périodicité: mensuelle

ISSN 0380-7894

Ottawa

---

## Note of Appreciation

*Canada owes the success of its statistical system to a long-standing cooperation involving Statistics Canada, the citizens of Canada, its businesses, governments and other institutions. Accurate and timely statistical information could not be produced without their continued cooperation and goodwill.*

---

## Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, les administrations canadiennes et les autres organismes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.*

## Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- <sup>P</sup> preliminary figures.
- <sup>r</sup> revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

### NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

### A NOTE ON CANSIM

The data published in Wholesale Trade (Matrix Nos. 0059, 0061, 0648, 0649) (Catalogue no. 63-008-XPB) are also available in machine readable form through CANSIM (Canadian – Socio-Economic Information Management System). Users interested in accessing data via CANSIM should contact one of Statistics Canada's regional centres at the numbers listed on the inside front cover of this publication, or contact the Marketing Division, Statistics Canada, R.H. Coats Building, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

This publication was prepared under the direction of:

- **G. Andrusiak**, Director, Industry Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **M. Marcogliese**, Chief, Wholesale Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **C. Mamay**, Economist, Wholesale Trade section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



## Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- <sup>P</sup> nombres provisoires.
- <sup>r</sup> nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

### NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

### NOTE AU SUJET DE CANSIM

Les données qui sont publiées sur le Commerce de gros (matrice nos 0059, 0061, 0648, 0649) (n° 63-008-XPB au catalogue) peuvent être obtenues sous forme lisible par machine de CANSIM (Système Canadien d'information socio-économique). Les utilisateurs voulant obtenir des chiffres par l'intermédiaire de CANSIM peuvent contacter un des centres de consultation de Statistique Canada dont les numéros de téléphone figurent au verso du couvert de cette publication ou en communiquant directement avec la Division du marketing, Statistique Canada, Immeuble R.H. Coats, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **G. Andrusiak**, directeur, division de l'industrie
- **R. Lussier**, directeur adjoint, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **M. Marcogliese**, chef, section du commerce de gros, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **C. Mamay**, économiste, section du commerce de gros, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 1984.





## TABLE OF CONTENTS

## TABLE DES MATIÈRES

	PAGE		PAGE
<b>Introduction</b>	iv	<b>Introduction</b>	iv
<b>Highlights</b>	v	<b>Faits saillants</b>	v
<b>Statistical Tables</b>		<b>Tableaux statistiques</b>	
1. Wholesale Merchants Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region	2-3	1. Ventes des marchands de gros, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région	2-3
2. Wholesale Merchants Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region	4-5	2. Ventes des marchands de gros, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région	4-5
3. Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Sales	6-7	3. Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des ventes	6-7
4. Wholesale Merchants Inventories, Seasonally Adjusted, by Trade Group	8-9	4. Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce	8-9
5. Wholesale Merchants Inventories, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group	8-9	5. Stocks des marchands de gros, non-désaisonnalisés, selon le groupe de commerce	8-9
6. Wholesale Merchants Inventories/Sales Ratio, Seasonally Adjusted, by Trade Group	10-11	6. Marchands de gros, rapport stocks/ventes, désaisonné, selon le groupe de commerce	10-11
7. Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Inventories	10-11	7. Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des stocks	10-11

## Introduction

This publication presents estimates of monthly sales of wholesale merchant establishments for Canada, each province and territory. In addition to total sales, sales and inventories, as well as inventories to sales ratios appear for major trade groups based on the 1980 Standard Industrial Classification.

Sales figures are on a net basis (gross sales less returns, adjustments and discounts) whether on cash or credit, and exclude any taxes collected. Also included are commissions earned by wholesalers also acting as agents, while the sales of goods owned by others are excluded.

Inventory figures are the value of the goods owned and held for resale. Included are any inventory in transit or on consignment. Excluded are goods owned and held in inventory abroad, and inventories held on consignment from others.

The estimates contained in this publication are derived from a redesigned monthly survey which incorporates a revised list of wholesale businesses. For a more detailed discussion of the new survey methodology see Appendix II in the January issue.

Establishments in wholesale trade are primarily engaged in selling merchandise to retailers, to industrial, commercial, institutional and professional users, to farmers for use in farm production, and for export; or acting as agents or brokers in buying or selling merchandise to such persons or organizations on a commission basis.

However, sales to end-users of certain commodities (usually capital or investment goods) such as computer equipment, feed, seed or other farm supplies, lumber and building materials, trucks and commercial vehicles, and all types of machinery and equipment, are always classified to wholesale trade. A complete review of definitions and concepts appears in Appendix I, in the January issue.

Users should note that each month, unless otherwise indicated, this publication will contain preliminary estimates for the current month and revised estimates for the preceding month for the unadjusted series. The estimates of the seasonally adjusted series are revised for the preceding three months.

## Introduction

La présente publication donne des estimations des ventes mensuelles des établissements de commerce de gros pour le Canada ainsi que pour chaque province et territoire. En plus des ventes totales, elle contient des données ventilées pour les ventes et les stocks, ainsi que les rapports entre les stocks et les ventes, selon les grands groupes de commerce établis par la Classification type des industries de 1980.

Les chiffres concernent les ventes nettes (ventes brutes diminuées des rendus, des rabais et des escomptes), à crédit ou au comptant, sans les taxes perçues. Sont incluses les commissions obtenues par les grossistes faisant aussi fonction d'agents, mais non les ventes de marchandises appartenant à d'autres entreprises.

Les données sur les stocks représentent la valeur des marchandises possédées et détenues pour la revente. Sont inclus tous les stocks en transit ou en consignation. Ne sont pas comptées les marchandises possédées et détenues à l'étranger, ainsi que les stocks détenus en consignation pour les autres.

Les estimations contenues dans la présente publication sont tirées d'une enquête mensuelle remaniée, qui se fonde sur une liste révisée des établissements de commerce de gros. L'appendice II dans le numéro de janvier, traite en détail de la méthodologie employée pour l'enquête.

Les établissements dont l'activité principale est le commerce de gros vendent des marchandises à des détaillants, à d'autres grossistes, à des industriels, à des commerçants, à des établissements publics, à des professionnels, à des agriculteurs s'il s'agit de marchandises destinées à la production agricole, et à d'autres pays; ou encore vendent des marchandises ou en achètent pour le compte d'autrui, à titre d'agents ou de courtiers, moyennant une commission.

Par ailleurs, on attribue toujours au commerce de gros les ventes de certains produits destinés à l'utilisateur final (habituellement les biens d'équipement ou d'investissement), par exemple le matériel informatique, aliments pour animaux, les semences et les autres fournitures agricoles, le bois et les matériaux de construction, les camions et les véhicules commerciaux, et tous les genres de machines et de matériel. L'appendice I dans le numéro de janvier contient l'ensemble des définitions et des concepts.

L'utilisateur devrait noter que la publication renfermera tous les mois, à moins d'indication contraire, les estimations provisoires pour le mois en cours et les estimations révisées du mois précédent pour les séries non désaisonnalisées. Les estimations des séries désaisonnalisées sont révisées pour les trois mois précédents.

## Highlights

Wholesale merchants' sales grew 0.6% to \$20.2 billion in November after falling 1.8% in October. Although sales have fluctuated in recent months, there has been an overall increase in demand as November sales were 1.1% or \$221 million higher than July sales, this year's lowest point. This contrasted to the weak demand affecting the entire economy during the first half of 1995 when wholesalers saw monthly sales fall 3.7% or \$765 million in July 1995 from the peak in February.

Even though the economy slowed down during 1995, wholesalers' cumulative sales since the beginning of the year were 6.5 % higher compared to the same period in 1994. This was partly attributable to price increases and the performance by wholesalers of export-oriented goods.

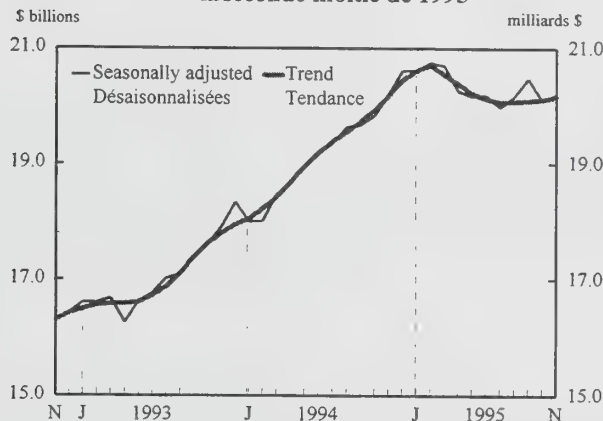
## Faits saillants

Les ventes des marchands de gros ont augmenté de 0,6% pour atteindre 20,2 milliards\$ en novembre après une baisse de 1,8% en octobre. Malgré les récentes fluctuations mensuelles, la demande pour les biens vendus par les grossistes a augmenté de 1,1% ou 221 millions\$ en novembre comparativement à juillet où le niveau des ventes était à son plus bas. Toutefois, cela fait contraste avec la faible demande de biens qui a affecté l'ensemble de l'économie dans la première moitié de 1995, lorsque les ventes des grossistes ont chuté de 3,7% ou 765 millions\$ entre le sommet atteint en février 1995 et le creux de juillet.

En dépit du ralentissement économique survenu en 1995, les ventes cumulatives des grossistes depuis le début de l'année sont de 6,5% supérieures à celles de la même période en 1994. Cela est partiellement attribuable aux augmentations de prix et à la bonne performance des grossistes de biens destinés à l'exportation.

### Wholesale sales rose slightly in the second half of 1995

#### Les ventes des grossistes augmentent à peine durant la seconde moitié de 1995



### Sales of computers led the monthly advance

Of the 11 trade groups, wholesalers recorded higher sales in seven (accounting for about 70% of total sales in November). Wholesalers of computers and packaged software (including other electronic machinery, equipment and supplies) contributed the most in current-dollars to November's increase, advancing 4.5% or \$81 million from October. Second were wholesalers of motor vehicles, parts and accessories (3.0% or \$61 million) followed by wholesale merchants of food products (1.5% or \$52 million).

### Les ventes d'ordinateurs ont dominé la croissance mensuelle

Parmi les 11 groupes que compte le commerce de gros, les grossistes ont enregistré des hausses de leurs ventes dans sept d'entre eux (représentant environ 70% des ventes totales de novembre). Les grossistes d'ordinateurs et de logiciels (y compris le commerce d'autres appareils, de pièces d'équipement et de fournitures électroniques) ont contribué le plus à l'augmentation de novembre en dollars courants, avec une reprise de 4,5% équivalant à 81 millions\$ depuis octobre. Viennent ensuite les grossistes de véhicules automobiles, de pièces et d'accessoires (+3,0% ou +61 millions\$) suivis par ceux des produits alimentaires (+1,5% ou +52 millions\$).

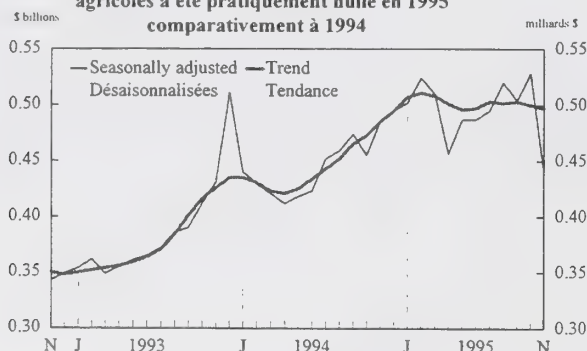


Partly offsetting the November increase were sales by wholesalers of farm machinery, equipment and supplies, falling 16.4% or \$86 million. Monthly sales in this trade group have fluctuated considerably since the beginning of the year, though overall growth in sales has been relatively flat in 1995 compared with the sustained growth in 1994. Nevertheless, cumulative sales from January to November 1995 for this group jumped 12.0% or \$585 million compared with the same period in 1994.

La progression de novembre a été partiellement neutralisée par les ventes en gros de machines, d'équipement et de fournitures agricoles qui ont accusé un recul de 16,4% correspondant à 86 millions\$. Les ventes mensuelles dans ce groupe ont fluctué considérablement depuis le début de l'année. Dans l'ensemble, la croissance des ventes est restée pratiquement nulle en 1995 comparativement à la croissance soutenue de 1994. En dépit de ces fluctuations mensuelles, les ventes cumulatives de janvier à novembre 1995 pour ce groupe ont fait un bond de 12,0%, ou de 585 millions\$, par rapport à la même période en 1994.

The growth rate in sales by farm machinery wholesalers is relatively flat in 1995 compared to 1994

La croissance des ventes des grossistes de machineries agricoles a été pratiquement nulle en 1995 comparativement à 1994



### Prairie provinces posted lower sales

Despite the increase recorded nationally in November, wholesalers in six provinces and territories recorded lower sales. All the Prairie provinces posted declines and represented a combined drop of \$109 million from October. The decrease recorded by wholesalers of farm machinery, equipment and supplies largely contributed to the lower sales in the three Prairie provinces.

### Les ventes des produits divers sont vigoureuses surtout à cause de la hausse des prix

En dépit de l'augmentation enregistrée à l'échelle nationale pour novembre, six provinces et territoires ont subi un ralentissement. Toutes les provinces des Prairies ont affiché une diminution, représentant une perte combinée de 109 millions\$ comparativement au mois d'octobre. La baisse enregistrée par les grossistes de machinerie, d'équipement et de fournitures agricoles a largement contribué à la diminution des ventes dans ces trois provinces.

### Inventories continued to rise

In November, wholesalers' inventories increased for the 21st consecutive month, climbing 0.9% to \$32.0 billion. The increase in inventories has been widespread but has been more pronounced in recent months for certain trade groups, notably motor vehicles and other products. With declining sales throughout 1995, wholesalers of motor vehicles, parts and accessories have increased inventories by 10.2% since January 1995. The inventories of wholesalers of other products (which notably includes distributors of pulp and paper products) rose 6.1% in the last 5 months alone, while worldwide sales of paper slowed.

### Les inventaires continuent à grimper

Pour un 21<sup>e</sup> mois consécutif, les inventaires des grossistes se sont accrus en novembre de 0,9%, pour se chiffrer à 32 milliards\$. L'augmentation des inventaires est largement répandue, mais elle a été plus prononcée dans les derniers mois dans certains groupes de commerce, notamment celui des véhicules automobiles et des autres produits. Malgré la diminution de leurs ventes tout au long de 1995, les grossistes de véhicules, de pièces et d'accessoires automobiles ont vu leurs inventaires s'accroître de 10,2% depuis janvier 1995. Les inventaires des grossistes des autres produits (et notamment ceux des distributeurs de produits des pâtes et papiers) ont grimpé de 6,1% au cours des cinq derniers mois seulement alors que les ventes de papier déclinaient sur la scène mondiale durant les derniers mois.

The inventories-to-sales ratio stood at 1.58 in November, unchanged from October, as the rate of growth for both inventories and sales was about equal. The ratio thus remained one of the highest it has been in over two years (it was 1.60 in April 1993).

Le ratio des inventaires aux ventes est resté au niveau d'octobre, soit à 1,58, alors que le taux de croissance des inventaires était pratiquement identique à celui des ventes. Le ratio demeure ainsi l'un des plus élevés atteint au cours des deux dernières années (il était à 1,60 en avril 1993).

## Statistical Tables

## Tableaux statistiques

Table 1.

## Wholesale Merchant Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region

No.	Trade Group	Sales Ventes				Year-to-date 1995	Change from previous month Variation du mois précédent	
		November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	Cumulatif	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre
		millions of dollars - millions de dollars						
	Trade Group - Canada							
1	Food products	3,514	3,462	3,527	3,425	39,258	1.5	-1.8
2	Beverage, drug and tobacco products	1,205	1,206	1,185	1,183	12,900	-0.1	1.8
3	Apparel and dry goods	438	427	451	458	4,895	2.6	-5.3
4	Household goods	615	612	662	666	7,049	0.4	-7.4
5	Motor vehicles, parts and accessories	2,127	2,066	2,192	2,177	24,432	3.0	-5.8
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1,589	1,597	1,614	1,589	17,752	-0.5	-1.0
7	Lumber and building materials	1,694	1,681	1,715	1,644	19,171	0.7	-2.0
8	Farm machinery, equipment and supplies	441	528	504	520	5,455	-16.4	4.7
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	3,043	3,077	3,070	3,133	34,098	-1.1	0.2
10	Computers and packaged software	1,863	1,782	1,829	1,728	19,179	4.5	-2.5
11	Other products	3,677	3,655	3,722	3,642	39,424	0.6	-1.8
12	Total, all trades	20,207	20,093	20,471	20,166	223,614	0.6	-1.8
	Regions							
13	Newfoundland	185	187	189	192	2,050	-1.3	-0.9
14	Prince Edward Island	49	46	45	41	481	6.3	0.7
15	Nova Scotia	461	452	446	447	4,885	1.9	1.4
16	New Brunswick	287	289	284	289	3,179	-0.4	1.8
17	Quebec	4,430	4,375	4,479	4,446	49,984	1.2	-2.3
18	Ontario	8,906	8,820	9,077	8,788	97,399	1.0	-2.8
19	Manitoba	689	696	668	687	7,470	-1.0	4.3
20	Saskatchewan	654	675	645	667	7,519	-3.1	4.6
21	Alberta	1,923	2,003	1,940	1,914	20,997	-4.0	3.3
22	British Columbia	2,599	2,526	2,672	2,668	29,379	2.9	-5.5
23	Yukon	10	11	11	13	117	-9.7	-5.4
24	Northwest Territories	15	13	15	15	154	15.1	-11.8



Tableau 1.

## Ventes des marchands de gros, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région

Change from previous month		Change from previous year					Groupe de commerce	N°
Variation du mois précédent		Variation de l'année précédente						
September 1995 Septembre	August 1995 Août	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	Year-to-date 1995 Cumulatif		
per cent - pourcentage								
Groupe de commerce - Canada								
3.0	-3.1	1.0	-0.9	0.1	-4.3	1.2	Produits alimentaires	1
0.1	1.8	3.3	4.9	8.5	6.6	6.9	Boissons, médicaments et tabac	2
-1.6	4.9	-7.0	-7.2	-1.6	-2.2	-3.0	Vêtements et articles de mercerie	3
-0.7	3.4	-10.6	-5.4	7.6	3.7	4.6	Articles ménagers	4
0.7	-0.7	-11.4	-9.7	-4.0	-3.8	1.9	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
1.6	-0.2	-2.5	1.1	2.6	1.7	10.1	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
4.3	1.5	-6.8	-6.9	-3.4	-8.2	0.2	Bois et matériaux de construction	7
-3.0	5.0	-9.2	16.1	6.3	13.3	12.0	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
-2.0	1.7	-0.8	0.4	0.1	4.7	5.7	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
5.9	5.3	14.6	12.2	18.4	10.9	14.4	Ordinateurs et logiciel	10
2.2	1.6	9.0	10.7	14.0	13.7	15.2	Produits divers	11
1.5	0.9	—	1.3	4.1	2.7	6.5	Total, ensemble des commerces	12
Régions								
-1.4	1.7	2.7	6.0	7.5	6.9	2.4	Terre-Neuve	13
9.9	10.5	5.1	-0.8	-4.3	-11.6	-5.1	Île-du-Prince-Édouard	14
-0.3	-0.7	8.1	7.1	8.3	7.7	8.4	Nouvelle-Écosse	15
-1.9	—	1.2	7.7	4.0	8.3	10.8	Nouveau-Brunswick	16
0.7	0.6	-1.6	-0.6	3.2	1.6	4.7	Québec	17
3.3	0.3	2.3	3.1	7.7	5.1	10.1	Ontario	18
-2.7	8.6	2.7	5.1	0.6	5.5	7.2	Manitoba	19
-3.3	11.2	2.0	12.2	6.3	11.8	15.7	Saskatchewan	20
1.4	2.0	-1.9	3.0	1.0	1.4	3.5	Alberta	21
0.2	-1.3	-6.0	-7.6	-3.9	-5.7	-1.8	Colombie-Britannique	22
-9.8	16.5	5.1	24.6	48.3	41.6	16.3	Yukon	23
-4.3	9.3	18.0	8.9	16.7	17.9	15.0	Territoires du Nord-Ouest	24

Table 2.

## Wholesale Merchants Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region

No.	Trade Group	Sales				
		Ventes				
		November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	Year-to-date 1995 Cumulatif
		millions of dollars - millions de dollars				
	<b>Trade Group - Canada</b>					
1	Food products	3,579	3,452	3,545	3,510	39,013
2	Beverage, drug and tobacco products	1,327	1,315	1,221	1,249	12,897
3	Apparel and dry goods	408	470	550	645	5,123
4	Household goods	796	756	782	728	7,000
5	Motor vehicles, parts and accessories	2,283	2,204	2,299	2,191	24,740
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1,693	1,720	1,679	1,707	18,011
7	Lumber and building materials	1,704	1,811	1,882	1,894	19,370
8	Farm machinery, equipment and supplies	389	597	495	647	5,518
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	3,190	3,163	3,116	3,121	34,072
10	Computers and packaged software	1,855	1,588	2,004	1,567	18,770
11	Other products	3,824	3,830	3,728	3,544	39,549
12	<b>Total, all trades</b>	<b>21,049</b>	<b>20,905</b>	<b>21,301</b>	<b>20,803</b>	<b>224,065</b>
	<b>Regions</b>					
13	Newfoundland	196	209	208	213	2,059
14	Prince Edward Island	49	45	45	41	485
15	Nova Scotia	442	451	464	465	4,893
16	New Brunswick	295	302	300	315	3,178
17	Quebec	4,712	4,629	4,843	4,761	50,282
18	Ontario	9,487	9,174	9,330	8,899	97,409
19	Manitoba	678	706	670	707	7,517
20	Saskatchewan	581	703	649	717	7,509
21	Alberta	1,986	2,101	2,015	1,935	20,986
22	British Columbia	2,601	2,560	2,748	2,720	29,475
23	Yukon	9	12	13	13	118
24	Northwest Territories	13	13	16	18	154

Tableau 2.

## Ventes des marchands de gros, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région

Change from previous year					Groupe de commerce	N°
Variation de l'année précédente						
November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	Year-to-date 1995 Cumulatif		
per cent - pourcentage						
					<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
1.2	-0.7	-1.6	-5.3	1.0	Produits alimentaires	1
4.6	7.3	3.9	6.0	6.9	Boissons, médicaments et tabac	2
-6.8	-5.9	-3.7	2.3	-1.6	Vêtements et articles de mercerie	3
-11.2	-3.7	6.1	6.7	2.7	Articles ménagers	4
-10.9	-9.4	-4.5	-3.2	1.3	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
-3.2	4.0	-0.7	2.0	9.6	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
-4.9	-5.0	-6.4	-9.0	-1.4	Bois et matériaux de construction	7
-8.3	21.8	1.8	21.3	13.0	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
-2.0	2.3	-2.0	5.7	5.9	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
12.0	11.6	21.1	7.0	14.6	Ordinateurs et logiciels	10
9.5	12.3	12.5	14.7	14.9	Produits divers	11
-0.1	2.5	2.2	2.7	6.1	<b>Total, ensemble des commerces</b>	12
					<b>Régions</b>	
0.6	7.5	5.9	8.9	3.1	Terre-Neuve	13
14.4	0.6	-6.2	-15.8	-4.9	Île-du-Prince-Édouard	14
7.9	8.4	6.7	8.0	8.3	Nouvelle-Écosse	15
0.4	9.4	1.8	8.4	10.0	Nouveau-Brunswick	16
-2.0	-0.5	1.3	2.0	4.7	Québec	17
2.6	4.4	5.5	5.1	9.5	Ontario	18
5.6	4.6	-3.9	5.3	6.6	Manitoba	19
-1.3	14.8	-1.4	10.3	15.5	Saskatchewan	20
-3.1	7.0	2.0	0.5	3.1	Alberta	21
-6.4	-6.9	-4.7	-5.7	-2.0	Colombie-Britannique	22
0.3	27.4	41.0	44.6	17.3	Yukon	23
6.7	6.2	20.4	22.7	13.3	Territoires du Nord-Ouest	24



Table 3.

## Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Sales

No.	Trade Group	Response Fraction			
		Fraction de réponse			
		November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août
		per cent - pourcentage			
	<b>Trade Group - Canada</b>				
1	Food products	92.1	92.8	93.4	93.5
2	Beverage, drug and tobacco products	87.0	91.8	91.9	91.3
3	Apparel and dry goods	81.6	87.8	88.3	89.3
4	Household goods	92.4	94.2	94.3	95.8
5	Motor vehicles, parts and accessories	89.7	91.2	93.0	93.1
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	79.5	85.6	85.3	87.4
7	Lumber and building materials	83.9	90.2	90.3	90.3
8	Farm machinery, equipment and supplies	85.2	92.6	92.2	90.1
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	78.7	85.3	84.9	84.5
10	Computers and packaged software	86.3	90.7	90.9	89.4
11	Other products	81.7	88.1	89.4	89.5
12	<b>Total, all trades</b>	<b>85.1</b>	<b>89.5</b>	<b>90.1</b>	<b>90.0</b>
	<b>Regions</b>				
13	Newfoundland	81.9	90.8	90.4	90.5
14	Prince Edward Island	83.8	84.1	85.7	85.4
15	Nova Scotia	82.2	87.3	86.9	89.2
16	New Brunswick	73.6	84.7	81.5	81.1
17	Quebec	88.7	91.7	92.7	92.8
18	Ontario	83.0	88.5	89.1	87.6
19	Manitoba	83.8	88.8	89.8	93.9
20	Saskatchewan	87.0	89.0	88.4	89.4
21	Alberta	85.2	90.1	90.7	90.0
22	British Columbia	88.2	90.3	90.2	93.5
23	Yukon	81.3	94.3	83.6	76.0
24	Northwest Territories	66.2	71.9	79.5	77.6

Tableau 3.

## Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des ventes

Coefficient of variation				Groupe de commerce	N°
Coefficient de variation					
November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août		
per cent - pourcentage					
				<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
2.1	2.1	2.1	2.2	Produits alimentaires	1
3.9	3.4	3.1	3.4	Boissons, médicaments et tabac	2
6.4	15.2	10.0	8.0	Vêtements et articles de mercerie	3
7.6	8.1	7.8	7.5	Articles ménagers	4
4.0	5.6	5.3	4.8	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
6.0	6.8	5.8	6.3	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
5.0	5.4	5.1	5.3	Bois et matériaux de construction	7
5.8	5.5	4.7	6.3	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
3.4	3.1	3.1	3.5	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
5.7	4.3	3.3	3.9	Ordinateurs et logiciels	10
4.0	4.1	4.2	4.1	Produits divers	11
1.4	1.5	1.4	1.4	<b>Total, ensemble des commerces</b>	12
				<b>Régions</b>	
4.0	4.0	3.7	3.7	Terre-Neuve	13
2.5	2.2	2.9	2.5	Île-du-Prince-Édouard	14
4.5	4.7	4.2	3.7	Nouvelle-Écosse	15
2.9	3.0	2.8	5.5	Nouveau-Brunswick	16
2.7	3.1	2.7	2.8	Québec	17
2.4	2.6	2.4	2.5	Ontario	18
5.0	5.0	4.2	4.0	Manitoba	19
3.7	7.1	6.7	7.2	Saskatchewan	20
4.3	4.3	4.3	3.0	Alberta	21
3.7	3.3	3.5	3.6	Colombie-Britannique	22
1.2	4.4	1.4	6.3	Yukon	23
0.2	0.2	1.1	5.0	Territoires du Nord-Ouest	24

Table 4.

## Wholesale Merchants Inventories, Seasonally Adjusted, by Trade Group

No.	Trade Group	Inventories Stocks				Change from previous month Variation du mois précédent	
		November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre
		millions of dollars - millions de dollars					
	<b>Trade Group - Canada</b>						
1	Food products	2,353	2,302	2,277	2,252	2.2	1.1
2	Beverage, drug and tobacco products	1,466	1,438	1,424	1,408	1.9	1.0
3	Apparel and dry goods	1,062	1,076	1,028	1,028	-1.3	4.7
4	Household goods	1,545	1,551	1,551	1,514	-0.3	—
5	Motor vehicles, parts and accessories	4,275	4,197	4,164	4,210	1.9	0.8
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	2,886	2,901	2,914	2,882	-0.5	-0.5
7	Lumber and building materials	3,222	3,238	3,202	3,203	-0.5	1.1
8	Farm machinery, equipment and supplies	1,609	1,552	1,526	1,509	3.6	1.7
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	6,977	6,906	6,853	6,863	1.0	0.8
10	Computers and packaged software	1,869	1,840	1,852	1,748	1.5	-0.6
11	Other products	4,719	4,711	4,670	4,618	0.2	0.9
12	<b>Total, all trades</b>	<b>31,983</b>	<b>31,710</b>	<b>31,460</b>	<b>31,235</b>	<b>0.9</b>	<b>0.8</b>

Table 5.

## Wholesale Merchants Inventories, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group

No.	Trade Group	Inventories Stocks			
		November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août
		millions of dollars - millions de dollars			
	<b>Trade Group - Canada</b>				
1	Food products	2,407	2,351	2,289	2,227
2	Beverage, drug and tobacco products	1,501	1,484	1,484	1,452
3	Apparel and dry goods	963	1,011	1,029	1,072
4	Household goods	1,538	1,625	1,608	1,545
5	Motor vehicles, parts and accessories	3,966	4,050	4,091	4,174
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	2,773	2,816	2,913	2,899
7	Lumber and building materials	2,955	3,029	3,056	3,103
8	Farm machinery, equipment and supplies	1,542	1,507	1,473	1,500
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	6,869	6,935	6,879	6,957
10	Computers and packaged software	1,829	1,805	1,783	1,741
11	Other products	4,658	4,700	4,585	4,499
12	<b>Total, all trades</b>	<b>31,000</b>	<b>31,313</b>	<b>31,190</b>	<b>31,168</b>



Tableau 4.

## Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce

Change from previous month Variation du mois précédent		Change from previous year Variation de l'année précédente				Groupe de commerce	N°
September 1995 Septembre	August 1995 Août	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août		
per cent - pourcentage							
Groupe de commerce - Canada							
						Produits alimentaires	1
1.1	0.9	4.3	0.9	1.3	3.0	Boissons, médicaments et tabac	2
1.1	-0.4	0.8	-0.1	-3.0	-4.0	Vêtements et articles de mercerie	3
--	-0.5	2.6	-1.1	-5.8	-8.6	Articles ménagers	4
2.4	0.6	8.5	12.9	18.2	17.3	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
-1.1	--	12.7	11.2	13.2	14.5	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
1.1	-0.4	11.0	13.0	13.8	10.5	Bois et matériaux de construction	7
--	-0.6	8.2	10.6	11.0	-4.0	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
1.1	0.1	-3.1	-6.4	-5.6	10.4	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
-0.1	1.4	12.8	8.8	9.7	-1.8	Ordinateurs et logiciels	10
5.9	6.3	7.5	6.3	6.1	20.6	Produits divers	11
1.1	1.8	18.1	20.3	21.7	9.3	Total, ensemble des commerces	12
0.7	0.9	9.8	9.0	9.7			

Tableau 5.

## Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce

Change from previous year Variation de l'année précédente				Groupe de commerce	N°
November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août		
per cent - pourcentage					
				Groupe de commerce - Canada	
3.6	-0.7	-2.5	-1.5	Produits alimentaires	1
5.1	2.4	2.6	1.3	Boissons, médicaments et tabac	2
3.1	0.2	-6.5	-9.1	Vêtements et articles de mercerie	3
8.4	12.9	18.8	15.5	Articles ménagers	4
13.3	10.8	12.1	15.7	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
10.8	12.9	14.0	12.8	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
8.0	10.7	10.6	10.3	Bois et matériaux de construction	7
-2.0	-6.1	-6.1	-4.0	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
12.7	8.4	9.2	10.9	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
9.0	7.0	8.4	-1.8	Ordinateurs et logiciels	10
17.1	20.5	21.8	21.1	Produits divers	11
10.1	9.0	9.5	9.3	Total, ensemble des commerces	12

Table 6.

## Wholesale Merchants, Inventories/Sales Ratio Seasonally Adjusted, by Trade Group

No.	Trade Group	Inventories/sales ratio Rapport stocks/ventes			
		November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août
	<b>Trade Group - Canada</b>				
1	Food products	0.67	0.66	0.65	0.66
2	Beverage, drug and tobacco products	1.22	1.19	1.20	1.19
3	Apparel and dry goods	2.43	2.52	2.28	2.24
4	Household goods	2.51	2.53	2.34	2.27
5	Motor Vehicles, parts and accessories	2.01	2.03	1.90	1.93
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1.82	1.82	1.81	1.81
7	Lumber and building materials	1.90	1.93	1.87	1.95
8	Farm machinery, equipment and supplies	3.64	2.94	3.03	2.90
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	2.29	2.24	2.23	2.19
10	Computers and packaged software	1.00	1.03	1.01	1.01
11	Other products	1.28	1.29	1.25	1.27
12	<b>Total, all trades</b>	<b>1.58</b>	<b>1.58</b>	<b>1.54</b>	<b>1.55</b>

Table 7.

## Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Inventories

No.	Trade Group	Response fraction Fraction de réponse			
		November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août
	<b>Trade Group - Canada</b>				
		per cent - pourcentage			
1	Food products	82.2	83.8	84.7	85.3
2	Beverage, drug and tobacco products	81.1	87.6	86.5	86.4
3	Apparel and dry goods	55.7	66.0	60.7	63.4
4	Household goods	80.4	77.9	81.1	84.6
5	Motor Vehicles, parts and accessories	82.7	70.5	85.1	85.2
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	75.4	79.7	76.9	77.6
7	Lumber and building materials	69.1	76.1	72.0	73.0
8	Farm machinery, equipment and supplies	75.7	78.8	78.7	78.1
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	67.5	75.2	74.4	74.1
10	Computers and packaged software	67.6	72.9	75.0	69.9
11	Other products	66.6	68.8	68.7	67.2
12	<b>Total, all trades</b>	<b>72.7</b>	<b>75.2</b>	<b>76.5</b>	<b>76.3</b>

Tableau 6.

## Marchands de gros, rapport stocks/ventes désaisonnalisés, selon le groupe de commerce

Inventories/sales ratio Rapport stocks/ventes				Groupe de commerce	N°
November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	September 1994 Septembre	August 1994 Août		
				Groupe de commerce - Canada	
0.61	0.60	0.61	0.61	Produits alimentaires	1
1.32	1.29	1.24	1.18	Boissons, médicaments et tabac	2
2.40	2.27	2.05	2.31	Vêtements et articles de mercerie	3
2.01	2.11	2.05	2.04	Articles ménagers	4
1.62	1.70	1.68	1.67	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
				Métaux, articles de quincaillerie, matériel de	6
1.63	1.69	1.72	1.73	plomberie et de chauffage	
1.62	1.66	1.64	1.68	Bois et matériaux de construction	7
3.42	3.37	3.49	3.36	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
2.08	1.97	1.97	1.96	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
1.14	1.26	1.26	1.25	Ordinateurs et logiciels	10
1.20	1.21	1.20	1.25	Produits divers	11
1.46	1.46	1.45	1.46	Total, ensemble des commerces	12

Tableau 7.

## Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des stocks

Coefficient of variation Coefficient de variation				Groupe de commerce	N°
November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août		
per cent - pourcentage					
				<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
3.7	4.3	4.2	3.8	Produits alimentaires,	1
5.2	5.8	5.7	5.2	Boissons, médicaments et tabac	2
19.5	7.3	6.7	6.7	Vêtements et articles de mercerie	3
8.1	9.0	9.9	8.3	Articles ménagers	4
4.5	5.6	5.1	5.9	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
5.5	5.3	5.1	5.1	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
7.4	7.3	7.2	7.0	Bois et matériaux de construction	7
5.9	5.8	5.7	5.8	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
3.6	3.4	3.4	3.4	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
4.1	5.8	5.2	5.2	Ordinateurs et logiciels	10
7.1	5.8	5.7	5.6	Produits divers	11
1.9	1.8	1.8	1.8	Total, ensemble des commerces	12



# Agriculture Statistics at work for you

**D**id you know that Statistics Canada's **Agriculture Division** provides many of its clients with **special services** tailor-made to meet their unique data requirements? Agriculture Division has a variety of information sources at its fingertips that can be used to provide you with **the data you need to make important decisions as an agri-business specialist**.

## SPECIAL TABULATIONS

**Looking for specific agriculture data to help in your day-to-day work?** Agriculture Division can provide you with customized tables and reports that give you the data you require. You can pick and choose the variables from one or more of our databases and receive them in a format that **best suits your needs**.

## ANALYTICAL STUDIES

**Require in-depth analysis of the data that affect your industry or market?** Agriculture Division's specialized team of professionals has the hands-on experience in data analysis **you want working for you**.

## CUSTOM SURVEYS

**Do you need information that no one has but you don't know how to get it?** Agriculture Division can conduct a special survey or expand on an existing one **just for you**.

**Find out for yourself what many agriculture professionals have known for years** — Statistics Canada has the know-how and expertise to get the job done!

# Les statistiques agricoles à votre service

**S**aviez-vous que la **Division de l'agriculture** de Statistique Canada fournit à un grand nombre de ses clients des **services spéciaux** qui sont adaptés à leurs besoins en matière de données? La Division puise à même une vaste gamme de renseignements pour vous fournir **les données qu'il vous faut pour prendre des décisions importantes en tant que spécialiste de l'agroalimentaire**.

## TOTALISATIONS SPÉCIALES

**Vous cherchez des données précises sur l'agriculture pour vous aider dans votre travail quotidien?** La Division de l'agriculture peut vous fournir des tableaux et des rapports personnalisés qui renferment les données requises. Vous pouvez choisir les variables qui vous intéressent à partir de l'une ou plusieurs de nos bases de données et recevoir les totalisations sous la forme **qui répond le mieux à vos besoins**.

## ÉTUDES ANALYTIQUES

**Vous voulez une analyse approfondie des données qui touchent votre industrie ou votre marché?** L'équipe de spécialistes de la Division de l'agriculture possède l'expérience pratique de l'analyse des données **dont vous avez besoin**.

## ENQUÊTES PERSONNALISÉES

**Vous voulez des renseignements inédits mais vous ne savez pas comment les obtenir?** La Division de l'agriculture peut mener une enquête spéciale ou élargir la portée d'une enquête existante, **uniquement pour vous**.

**Ne ratez pas l'occasion de découvrir ce que bien des professionnels du domaine de l'agriculture savent depuis des années** - Statistique Canada

Call us toll-free at 1-800-465-1991 or contact the Statistics Canada Regional Reference Centre nearest you and find out today what we can do for you!

**Statistics Canada Regional Reference Centres:**

### Halifax

1-800-565-7192  
(902) 426-5331  
Fax: (902) 426-9538

### Ottawa

(613) 951-8116  
Fax: (613) 951-0581

### Winnipeg

1-800-661-7828  
(204) 983-4020  
Fax: (204) 983-7543

### Calgary

1-800-882-5616  
(403) 292-6717  
Fax: (403) 292-4958

### Vancouver

1-800-663-1551  
(604) 666-3691  
Fax: (604) 666-4863

### Montréal

1-800-361-2831  
(514) 283-5725  
Fax: (514) 283-9350

### Toronto

1-800-263-1136  
(416) 973-6586  
Fax: (416) 973-7475

### Regina

1-800-667-7164  
(306) 780-5405  
Fax: (306) 780-5403

### Edmonton

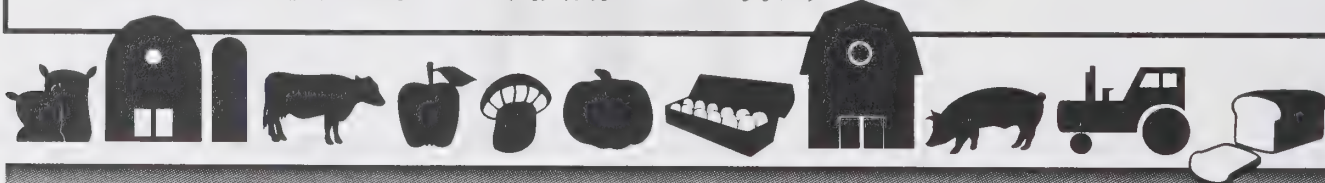
1-800-563-7828  
(403) 495-3027  
Fax: (403) 495-5318

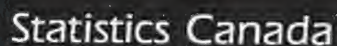
**Telecommunications Device for the Hearing Impaired / Appareils de télécommunications pour les malentendants**

1-800-363-7629

Appelez-nous sans frais au 1-800-465-1991 ou communiquez avec le centre de consultation de Statistique Canada qui se trouve dans votre région, et découvrez dès aujourd'hui ce que nous pouvons faire pour vous!

**Centres de consultation régionaux de Statistique Canada :**





**METHOD OF PAYMENT:**



VISA, MasterCard and  
Purchase Orders only.  
Please do not send  
confirmation. A fax will be  
treated as an original order.

INTERNET: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)

Fax

Please ensure that all information is completed.

☐ MasterCard

Signature \_\_\_\_\_

Expiry Date	
-------------	--

Please make cheque or money order payable to the  
Receiver General for Canada - Publications.

(Please enclose)

**Authorized Signature**

**GRAND TOTAL**

**PF 093238**

# Canada

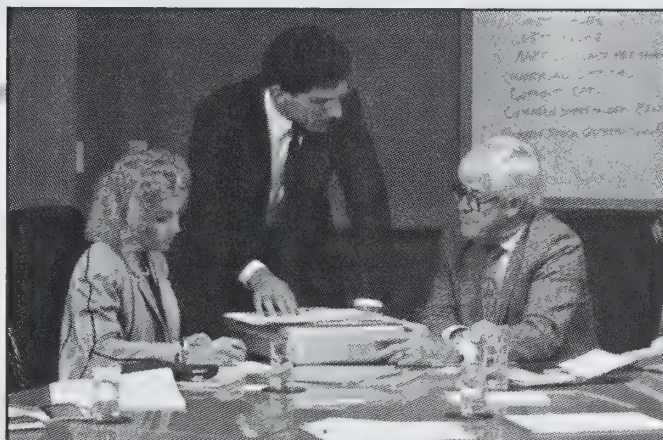






# Hire our team of researchers for \$56 a year

# Notre équipe de chercheurs est à votre service pour 56 \$ par année



**S**ubscribing to *Perspectives on Labour and Income* is like having a complete research department at your disposal. Solid facts. Unbiased analysis. Reliable statistics.

But *Perspectives* is more than just facts and figures. It offers authoritative insights into complex labour and income issues, analyzing the statistics to bring you simple, clear summaries of labour market and income trends.

Our team of experts brings you the latest labour and income data. Each quarterly issue provides:

- topical articles on current labour and income trends
- more than 50 key labour and income indicators
- a review of ongoing research
- information on new surveys

As a special bonus, twice a year you will also receive *The Labour Market Review*, giving you timely analysis on labour market performance over the previous six months or year.

**And all for only \$56!**

Thousands of Canadian professionals turn to *Perspectives* to discover emerging trends in labour and income and to stay up to date on the latest research findings. As a subscriber, you will get the inside story.

We know you'll find *Perspectives* indispensable. **GUARANTEED.** If you aren't convinced after reading the first issue, we'll give you a FULL REFUND on all outstanding issues. Order your subscription to *Perspectives* today (Cat. No. 75-0010XPE).

## ORDER NOW!

For only \$56 (plus \$3.92 GST and applicable PST) you will receive the latest labour and income research (4 issues per year).

Subscription rates are US\$68 for U.S. customers and US\$80 for customers in other countries. Fax your VISA or MasterCard order to: (613) 951-1584. Call toll free: 1-800-267-6677. Or mail to: Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Ave., Ottawa, Ontario K1A 0T6. Or contact your nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication. Via Internet: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)

**S'**abonner à *L'emploi et le revenu en perspective*, c'est disposer d'une division entière de chercheurs à votre service. Des faits solides. Des analyses objectives. Des statistiques fiables.

La publication n'a pas que des faits et des chiffres. Elle offre également des analyses de fond sur des questions complexes touchant l'emploi et le revenu, de façon à fournir des indications claires et précises sur les

tendances actuelles du marché du travail et des revenus.

Notre équipe de spécialistes met à votre disposition des données récentes sur l'emploi et le revenu. Dans chacun des numéros trimestriels, vous trouverez :

- des articles de fond sur l'emploi et le revenu
- plus de 50 indicateurs clés de l'emploi et du revenu
- un aperçu de la recherche en cours
- de l'information sur les nouvelles enquêtes

En prime, vous recevrez le *Bilan du marché du travail* deux fois l'an. Vous disposerez ainsi d'une analyse à jour de la situation du marché du travail pour les six derniers mois ou la dernière année.

**Tout cela pour 56 \$ seulement!**

Des milliers de professionnels au Canada consultent *Perspective* pour connaître les tendances de l'emploi et du revenu, ainsi que les plus récents résultats de recherche. Votre abonnement vous permettra de connaître tous les faits.

Nous savons que *L'emploi et le revenu en perspective* deviendra pour vous un outil indispensable. **C'EST GARANTI.** Si vous n'êtes pas satisfait après avoir lu le premier numéro, nous vous REMBOURSERONS le montant payé pour les numéros à venir. Abonnez-vous à *Perspective* (n° 75-0010XPF au cat.) dès aujourd'hui.

## ABONNEZ-VOUS DÈS MAINTENANT!

Pour 56 \$ seulement (plus 3,92 \$ de TPS et la TVP en vigueur en sus), vous recevrez les plus récentes recherches sur l'emploi et le revenu (quatre numéros par année). L'abonnement est de 68 \$ US aux États-Unis et de 80 \$ US dans les autres pays. Faites parvenir votre commande par télécopieur (VISA ou MasterCard) au (613) 951-1584, par téléphone (sans frais) au 1-800-267-6677, par courrier à Statistique Canada, Division des Opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6. Ou communiquez avec le Centre de consultation de Statistique Canada le plus près. (Voir la liste dans la présente publication). Via l'Internet: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)



# Canada: A Portrait

## A Memorable Journey Through Canada

A book to captivate everyone, **Canada: A Portrait** is a compelling record in words and pictures of the excitement and diversity of present-day Canada. This all-new edition of Statistics Canada's proven bestseller features a striking full-colour dustjacket reproduction of *Sweetgrass*, the rich impressionistic painting by Canadian artist Frank Mayrs. Once you open its appealing cover, you will discover that **Canada: A Portrait** not only delights the eye, it stimulates the imagination. Each page is brimming with lively and intriguing facts, bringing to life the personality and charisma of Canada in a clear, easy-to-read and entertaining narrative.

### From the important to the whimsical...

**Canada: A Portrait** presents you with the perfect opportunity to explore Canada at your leisure with just the turn of a page. Investigate the diverse regions of Canada from Mount Logan in the Yukon to the St. John River in New Brunswick. Delve into the heartbeat of Canada's society: Who are we? Where do we live? What do we believe in? See how the economy is evolving and what makes it tick. Learn about the activities enjoyed by today's Canadians, such as opera and hockey and home computers. **Canada: A Portrait** offers a complete examination of this unique country and reflects many interesting perspectives.

### The Land, The People, The Society, Arts and Leisure, The Economy and Canada in the World

Six chapters provide a guided tour of both the physical and the human landscape of Canada. Each chapter is enriched with personal insights on "being Canadian," shared with you by such eminent people as Myriam Bédard, Gerhard Herzberg and Joe Schlesinger and is adorned with a gallery of imaginative pictorial images.

### Share the **Canada: A Portrait** experience with your family, friends and colleagues

Its charming format, rich design, intriguing content and attractive price make this a keepsake volume, ideal both to give and to receive.

**Canada: A Portrait** is available for only \$39.95 in Canada (plus GST, applicable PST and shipping and handling), US \$51.95 in the United States and US \$59.95 in other countries. To order, write to Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication. Call toll-free: 1-800-700-1033 and use your Visa and MasterCard or fax your order to (613) 951-1584.

# Un portrait du Canada

## Un voyage mémorable à travers le Canada

**Un portrait du Canada** captivera tout le monde. C'est un recueil irrésistible, en mots et en images, de tout ce qui fait le dynamisme et la diversité du Canada d'aujourd'hui. Cette nouvelle édition de l'indiscutable best-seller de Statistique Canada offre, sur la jaquette, un magnifique paysage impressionniste, intitulé *Sweetgrass*, de l'artiste canadien Frank Mayrs. Dès la première page, vous serez fasciné par la beauté des images et du texte et vous laisserez vagabonder votre imagination. Chaque page regorge de faits vivants et intrigants donnant vie au caractère et au magnétisme du Canada dans une langue claire, simple et prenante.



### De l'important au fantaisiste...

**Un portrait du Canada** vous permet de visiter le pays durant vos moments libres simplement en tournant les pages. Du mont Logan (Yukon) à la rivière Saint-Jean (Nouveau-Brunswick), tâtez le pouls des différentes régions du Canada. Fouillez au coeur même de la société canadienne : Qui sommes-nous? Où vivons-nous? Quelles sont nos croyances? Voyez comment l'économie évolue et pourquoi elle tourne. Découvrez les activités préférées des Canadiens d'aujourd'hui : de l'opéra au hockey jusqu'à l'ordinateur familial. **Un portrait du Canada** offre un examen complet de ce pays unique reflétant des perspectives intéressantes.

### Le territoire, La population, La société, Les arts et les loisirs, L'économie et Le Canada dans le monde

Un tour guidé du paysage physique et humain du Canada vous est offert en six chapitres, chacun est parsemé d'oeuvres pleines d'imagination et est enrichi d'un message personnel sur le fait «d'être Canadien». Ces messages sont partagés par d'éminents Canadiens tels que Myriam Bédard, Gerhard Herzberg et Joe Schlesinger.

### Partagez cette expérience avec votre famille, vos amis et vos collègues

Son format attrayant, son design riche, son contenu intrigant et son prix alléchant font d'**Un portrait du Canada** un cadeau idéal à donner ou à recevoir.

**Un portrait du Canada** est en vente à seulement 39,95 \$ au Canada (TPS, TVQ et frais de port et de manutention applicables en sus), 51,95 \$ US aux États-Unis et 59,95 \$ US dans les autres pays. Pour commander, écrivez à Statistique Canada, Division des opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6 ou communiquez avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près (la liste figure dans la présente publication). Ou encore, téléphonez sans frais au 1-800-700-1033 et portez les frais à votre compte VISA ou MasterCard ou télécopiez votre commande au (613) 951-1584.



Catalogue no. 63-008-XPB

# Wholesale Trade

December 1995

N° 63-008-XPB au catalogue

# Commerce de gros

Décembre 1995

Government  
Publishing



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada



## Data in Many Forms . . .

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-out, microfiche and microfilm, and magnetic tape. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

### How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Wholesale Trade Section,  
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 1-613-951-3541) or to the Statistics Canada Reference Centre in:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montréal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Toll-free access is provided for all users who reside outside the local dialing area of any of the Regional Reference Centres.

National Enquiries Line	1-800-263-1136
National Telecommunications Device for the Hearing Impaired	1-800-363-7629
National Toll-free Order-only Line (Canada and United States)	1-800-267-6677

### How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Ave., Ottawa, Ontario, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)  
Facsimile Number (1-613-951-1584)  
Toronto Credit Card Only (1-416-973-8018)

### Standards of Service to the Public

To maintain quality service to the public, Statistics Canada follows established standards covering statistical products and services, delivery of statistical information, cost-recovered services and services to respondents. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

## Des données sous plusieurs formes . . .

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimé d'ordinateur, microfiche et microfilm, et bande magnétique. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

### Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doit être adressée à la:

Section du commerce de gros,  
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 1-613-951-3541) ou au Centre de consultation de Statistique Canada à:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montréal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Un service d'appel interurbain sans frais est offert à tous les utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des Centres régionaux de consultation.

Service national de renseignements	1-800-263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1-800-363-7629
Service national du numéro sans frais pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1-800-267-6677

### Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à Statistique Canada, la Division des Opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario), K1A 0T6.

(1-613-951-7277)  
Numéro du télécopieur (1-613-951-1584)  
Toronto Carte de crédit seulement (1-416-973-8018)

### Normes de service au public

Afin de maintenir la qualité du service au public, Statistique Canada observe des normes établies en matière de produits et de services statistiques, de diffusion d'information statistique, de services à recouvrement des coûts et de services aux répondants. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.



Statistics Canada  
Industry Division  
Wholesale Trade Section

# Wholesale Trade

December 1995

Statistique Canada  
Division de l'industrie  
Section du commerce de gros

# Commerce de gros

Décembre 1995

Published by authority of the Minister  
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1996

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission from Licence Services, Marketing Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

February 1996

Price: Canada: \$18.00 per issue,  
\$180.00 annually  
United States: US\$22.00 per issue,  
US\$216.00 annually  
Other Countries: US\$26.00 per issue,  
US\$252.00 annually

Catalogue no. 63-008-XPB, Vol. 58, No.12  
Frequency: Monthly

ISSN 0380-7894

Ottawa

Publication autorisée par le ministre  
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1996

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable des Services de concession des droits de licence, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Février 1996

Prix : Canada : 18 \$ l'exemplaire,  
180 \$ par année  
États-Unis : 22 \$ US l'exemplaire,  
216 \$ US par année  
Autres pays : 26 \$ US l'exemplaire,  
252 \$ US par année

N° 63-008-XPB au catalogue, vol. 58, n° 12  
Périodicité : mensuelle

ISSN 0380-7894

Ottawa

---

## Note of Appreciation

*Canada owes the success of its statistical system to a long-standing cooperation involving Statistics Canada, the citizens of Canada, its businesses, governments and other institutions. Accurate and timely statistical information could not be produced without their continued cooperation and goodwill.*

---

## Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, les administrations canadiennes et les autres organismes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.*

## Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- <sup>p</sup> preliminary figures.
- <sup>r</sup> revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

### NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

### A NOTE ON CANSIM

The data published in Wholesale Trade (Matrix Nos. 0059, 0061, 0648, 0649) (Catalogue no. 63-008-XPB) are also available in machine readable form through CANSIM (Canadian – Socio-Economic Information Management System). Users interested in accessing data via CANSIM should contact one of Statistics Canada's regional centres at the numbers listed on the inside front cover of this publication, or contact the Marketing Division, Statistics Canada, R.H. Coats Building, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

This publication was prepared under the direction of:

- **G. Andrusiak**, Director, Industry Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **M. Marcogliese**, Chief, Wholesale Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **C. Mamay**, Economist, Wholesale Trade section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



## Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- <sup>p</sup> nombres provisoires.
- <sup>r</sup> nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

### NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

### NOTE AU SUJET DE CANSIM

Les données qui sont publiées sur le Commerce de gros (matrice nos 0059, 0061, 0648, 0649) (n° 63-008-XPB au catalogue) peuvent être obtenues sous forme lisible par machine de CANSIM (Système Canadien d'information socio-économique). Les utilisateurs voulant obtenir des chiffres par l'intermédiaire de CANSIM peuvent contacter un des centres de consultation de Statistique Canada dont les numéros de téléphone figurent au verso du couvert de cette publication ou en communiquant directement avec la Division du marketing, Statistique Canada, Immeuble R.H. Coats, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **G. Andrusiak**, directeur, division de l'industrie
- **R. Lussier**, directeur adjoint, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **M. Marcogliese**, chef, section du commerce de gros, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **C. Mamay**, économiste, section du commerce de gros, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 1984.





## TABLE OF CONTENTS

	PAGE
<b>Introduction</b>	<b>iv</b>
<b>Highlights</b>	<b>v</b>
<b>Statistical Tables</b>	
1. Wholesale Merchants Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region	2-3
2. Wholesale Merchants Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region	4-5
3. Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Sales	6-7
4. Wholesale Merchants Inventories, Seasonally Adjusted, by Trade Group	8-9
5. Wholesale Merchants Inventories, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group	8-9
6. Wholesale Merchants Inventories/Sales Ratio, Seasonally Adjusted, by Trade Group	10-11
7. Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Inventories	10-11

## TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
<b>Introduction</b>	<b>iv</b>
<b>Faits saillants</b>	<b>v</b>
<b>Tableaux statistiques</b>	
1. Ventes des marchands de gros, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région	2-3
2. Ventes des marchands de gros, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région	4-5
3. Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des ventes	6-7
4. Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce	8-9
5. Stocks des marchands de gros, non-désaisonnalisés, selon le groupe de commerce	8-9
6. Marchands de gros, rapport stocks/ventes, désaisonnalisé, selon le groupe de commerce	10-11
7. Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des stocks	10-11

## Introduction

This publication presents estimates of monthly sales of wholesale merchant establishments for Canada, each province and territory. In addition to total sales, sales and inventories, as well as inventories to sales ratios appear for major trade groups based on the 1980 Standard Industrial Classification.

Sales figures are on a net basis (gross sales less returns, adjustments and discounts) whether on cash or credit, and exclude any taxes collected. Also included are commissions earned by wholesalers also acting as agents, while the sales of goods owned by others are excluded.

Inventory figures are the value of the goods owned and held for resale. Included are any inventory in transit or on consignment. Excluded are goods owned and held in inventory abroad, and inventories held on consignment from others.

The estimates contained in this publication are derived from a redesigned monthly survey which incorporates a revised list of wholesale businesses. For a more detailed discussion of the new survey methodology see Appendix II in the January issue.

Establishments in wholesale trade are primarily engaged in selling merchandise to retailers, to industrial, commercial, institutional and professional users, to farmers for use in farm production, and for export; or acting as agents or brokers in buying or selling merchandise to such persons or organizations on a commission basis.

However, sales to end-users of certain commodities (usually capital or investment goods) such as computer equipment, feed, seed or other farm supplies, lumber and building materials, trucks and commercial vehicles, and all types of machinery and equipment, are always classified to wholesale trade. A complete review of definitions and concepts appears in Appendix I, in the January issue.

Users should note that each month, unless otherwise indicated, this publication will contain preliminary estimates for the current month and revised estimates for the preceding month for the unadjusted series. The estimates of the seasonally adjusted series are revised for the preceding three months.

## Introduction

La présente publication donne des estimations des ventes mensuelles des établissements de commerce de gros pour le Canada ainsi que pour chaque province et territoire. En plus des ventes totales, elle contient des données ventilées pour les ventes et les stocks, ainsi que les rapports entre les stocks et les ventes, selon les grands groupes de commerce établis par la Classification type des industries de 1980.

Les chiffres concernent les ventes nettes (ventes brutes diminuées des rendus, des rabais et des escomptes), à crédit ou au comptant, sans les taxes perçues. Sont incluses les commissions obtenues par les grossistes faisant aussi fonction d'agents, mais non les ventes de marchandises appartenant à d'autres entreprises.

Les données sur les stocks représentent la valeur des marchandises possédées et détenues pour la revente. Sont inclus tous les stocks en transit ou en consignation. Ne sont pas comptées les marchandises possédées et détenues à l'étranger, ainsi que les stocks détenus en consignation pour les autres.

Les estimations contenues dans la présente publication sont tirées d'une enquête mensuelle remaniée, qui se fonde sur une liste révisée des établissements de commerce de gros. L'appendice II dans le numéro de janvier, traite en détail de la méthodologie employée pour l'enquête.

Les établissements dont l'activité principale est le commerce de gros vendent des marchandises à des détaillants, à d'autres grossistes, à des industriels, à des commerçants, à des établissements publics, à des professionnels, à des agriculteurs s'il s'agit de marchandises destinées à la production agricole, et à d'autres pays; ou encore vendent des marchandises ou en achètent pour le compte d'autrui, à titre d'agents ou de courtiers, moyennant une commission.

Par ailleurs, on attribue toujours au commerce de gros les ventes de certains produits destinés à l'utilisateur final (habituellement les biens d'équipement ou d'investissement), par exemple le matériel informatique, aliments pour animaux, les semences et les autres fournitures agricoles, le bois et les matériaux de construction, les camions et les véhicules commerciaux, et tous les genres de machines et de matériel. L'appendice I dans le numéro de janvier contient l'ensemble des définitions et des concepts.

L'utilisateur devrait noter que la publication renfermera tous les mois, à moins d'indication contraire, les estimations provisoires pour le mois en cours et les estimations révisées du mois précédent pour les séries non désaisonnalisées. Les estimations des séries désaisonnalisées sont révisées pour les trois mois précédents.

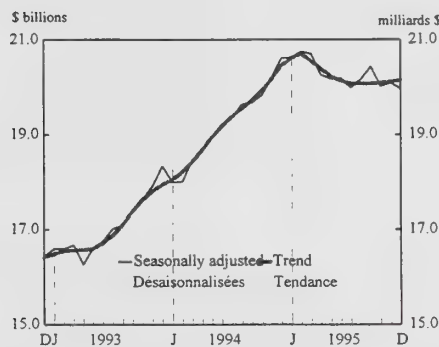
## Faits saillants

Suite à une légère hausse en novembre, les ventes des grossistes ont diminué de 0,6% en décembre, prolongeant ainsi la pause observée dans la croissance depuis la mi-année. Sept des onze groupes de commerce ont affiché des taux de variation de moins de 1% en décembre, confirmant l'absence de direction claire quant à l'évolution de l'activité des grossistes.

En cette période d'incertitude, les grossistes tentent de freiner encore davantage la croissance de leurs inventaires: pour la première fois depuis février 1994, leurs inventaires n'ont pas augmenté. Ils sont demeurés au même niveau qu'en novembre. Cependant, cela n'a pas été suffisant pour empêcher le ratio des inventaires aux ventes d'augmenter de 1.59 à 1.60 en décembre.

Au fur et à mesure que les mois passent, l'accumulation des inventaires est de plus en plus lourde à supporter. La situation ne semble pas en voie de s'améliorer de façon sensible au cours de prochains mois car la demande intérieure demeure anémique et plusieurs fermetures d'usines, de pâtes et papier entre autres, risquent d'avoir des effets négatifs sur les ventes des grossistes au cours des prochains mois.

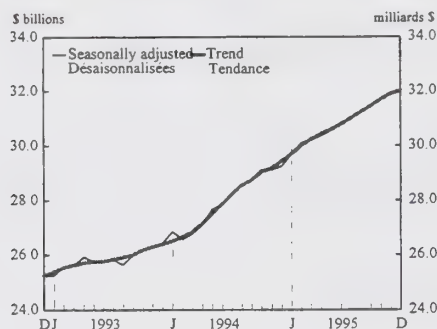
## Les ventes des grossistes augmentent à peine durant la seconde moitié de 1995



En 1995, les grossistes ont vu leurs ventes cumulatives augmenter de 5,5% comparativement à 1994. Mais cette bonne performance masque une réalité plus sombre. Contrairement à la forte croissance de 1993 et 1994, l'année 1995 a été caractérisée par un ralentissement économique. La croissance de la demande des produits canadiens chez nos voisins du sud a faibli tandis que notre devise s'appréciait. Ces facteurs, combinés à un marché intérieur languissant ont considérablement altéré la performance des grossistes. Après avoir atteint un sommet en février, les ventes ont diminué jusqu'au milieu de l'année pour évoluer en dents de scie par la suite. Tout au long de la dernière année, les ventes ont fluctué dans une étroite fourchette de 20,0 milliards\$ à 20,7 milliards\$.



### Inventories still building steadily Les inventaires toujours en forte progression



Throughout 1995, inventories continued to accumulate as steadily as in 1994, despite efforts in some sectors to limit their growth. From January to December, they rose from \$29.7 billion to more than \$31.9 billion. This increase caused the inventories-to-sales ratio to jump to 1.60, a level not seen since early 1993.

Les inventaires, pour leur part, ont continué de s'accroître à un rythme aussi soutenu qu'en 1994, même si, dans plusieurs secteurs, des efforts ont été faits pour limiter leur croissance. Les inventaires sont passés de 29,7 milliards\$ en janvier à plus de 31,9 milliards\$ en décembre 1995. Ainsi, le ratio des inventaires aux ventes a bondi à 1,60, un niveau qu'il n'avait pas atteint depuis le début de 1993.

### Change in cumulative sales by wholesalers from 1994 to 1995

Trade groups	\$ Millions	%
Other products	4,898	13.0
Computers & softwares	2,695	14.7
Indust. machinery	1,786	5.0
Metals & hardware	1,665	9.4
Beverage, drug & tobacc.	1,011	7.7
Farm machinery	620	11.6
Lumber & build. mat.	-343	-1.6
Household goods	262	3.5
Food products	255	0.6
Apparel & dry goods	-209	-3.8
Motor vehicl. & acc.	117	0.4

### Variation des ventes cumulatives des grossistes entre 1994 et 1995

Groupes de commerce	Millions\$	%
Produits divers	4,898	13.0
Ordinateurs et logiciels	2,695	14.7
Machineries industr.	1,786	5.0
Métaux et quincaillerie	1,665	9.4
Boissons, médic., et tabac	1,011	7.7
Machineries agricoles	620	11.6
Bois et mat. de constr.	-343	-1.6
Articles ménagers	262	3.5
Produits alimentaires	255	0.6
Vêtements et merc.	-209	-3.8
Véhicules auto. et pièces	117	0.4

### Foreign markets buoyed wholesalers' activity in 1995

Even though wholesalers' performance slowed in 1995, foreign markets continued to be more favourable to wholesalers than the domestic market. Strong exports of pulp and paper, fertilizers and potash, combined with price increases, propelled wholesalers' sales of other products to a level 13.0% higher than in 1994. Wholesalers' sales in metals, hardware, and plumbing and heating equipment and supplies rose by 9.4%, largely because of the metals component.

### Les marchés étrangers ont supporté l'activité des grossistes canadiens en 1995

Même si la performance des grossistes a ralenti en 1995, les marchés étrangers favorisent davantage les grossistes que le marché domestique. Les fortes exportations de pâtes et papier, d'engrais et de potasse, combinées aux augmentations de prix, ont propulsé les ventes des grossistes d'autres produits à un niveau 13,0% plus élevé qu'en 1994. Les ventes des grossistes en métaux, quincaillerie et matériel de plomberie et chauffage ont augmenté de 9,4%, surtout en raison de la composante des métaux.

### Investment in machinery and equipment levelled off

After leading the pack in recent years, wholesalers in industrial machinery, equipment and supplies increased their sales by only 5.0% in 1995 compared to an increase of 18.2% in 1994. This slowdown, combined with recent decreases in manufacturers' machinery and equipment shipments seems to suggest that the bulk of investment in equipment for retooling in the industrial sector is behind us. Strong sales increases of computers and softwares (+14.7%) suggest that businesses are still seeking additional productivity gains.

### A sluggish domestic market

Weak spending by Canadian households, owing to their limited incomes and high level of indebtedness, slowed wholesalers' sales of lumber and building materials (-1.6%), motor vehicles (+0.4%) and furniture (+3.5%). Even with interest rates trending downward throughout the year, it seems that Canadian workers did not feel secure enough about their jobs to purchase durable goods.

### Growth in sales by region: A mixed picture

Saskatchewan wholesalers recorded a 14.1% increase in sales in 1995, due to the recovery in the agriculture sector.

Since the beginning of the year, Ontario wholesalers moved ahead at a faster pace than the Canadian average (+8.9% compared to +5.5%). Because wholesale trade sectors most favoured in 1995 are concentrated more in Ontario than in Quebec, sales by Quebec wholesalers increased at a slower pace (+3.8%).

### L'investissement en machinerie et équipement atteint un plateau

Après avoir littéralement mené la parade au cours des dernières années, les grossistes en machinerie, matériel et fournitures industriels ont accru leurs ventes de seulement 5,0% en 1995 comparativement à 18,2% en 1994. Ce ralentissement, combiné aux récentes baisses des livraisons des manufacturiers de machinerie et matériel industriel semble suggérer que le gros des investissements en équipements dans le secteur industriel soit derrière nous. Les fortes ventes d'ordinateurs et de logiciels (+14,7%) laissent croire que la course à une plus grande productivité des entreprises n'est pas terminée.

### Un marché domestique qui traîne de la patte

La faiblesse des dépenses des ménages canadiens, en raison de leurs revenus limités et de leur endettement élevé, a freiné les ventes des grossistes de bois et de matériaux de construction (-1,6%), de véhicules automobiles (+0,4%) et de meubles (+3,5%). Même en dépit de taux d'intérêts à la baisse tout au long de l'année, il semble que les travailleurs canadiens n'ont pas cru leur emploi suffisamment assuré pour les inciter à faire l'achat de biens durables.

### Croissance régionale des ventes très variée

Les grossistes de la Saskatchewan ont affiché une hausse de 14,1% de leurs ventes en 1995 en raison de la reprise dans le secteur de l'agriculture.

Au cours de la dernière année, les ventes des grossistes de l'Ontario ont progressé à un rythme de 8,9%, soit un rythme plus rapide que la moyenne canadienne de 5,5%. Les secteurs du commerce de gros qui ont été les plus favorisés en 1995 étant davantage concentrés en Ontario qu'au Québec, les ventes des grossistes du Québec se sont accrues à un rythme plus lent (+3,8%).





## Statistical Tables

## Tableaux statistiques

Table 1.

## Wholesale Merchant Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region

No.	Trade Group	Sales Ventes				Year-to-date 1995 Cumulatif	Change from previous month Variation du mois précédent	
		December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre		December 1995 Décembre	November 1995 Novembre
		millions of dollars - millions de dollars						
	<b>Trade Group - Canada</b>							
1	Food products	3,502	3,525	3,463	3,515	42,760	-0.7	1.8
2	Beverage, drug and tobacco products	1,245	1,236	1,211	1,191	14,187	0.8	2.0
3	Apparel and dry goods	421	441	429	454	5,326	-4.4	2.7
4	Household goods	626	613	602	655	7,655	2.0	1.9
5	Motor vehicles, parts and accessories	2,160	2,141	2,070	2,191	26,610	0.9	3.4
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1,615	1,617	1,599	1,612	19,394	-0.1	1.1
7	Lumber and building materials	1,640	1,631	1,659	1,694	20,705	0.6	-1.7
8	Farm machinery, equipment and supplies	510	453	530	510	5,984	12.6	-14.6
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	3,083	3,062	3,075	3,061	37,189	0.7	-0.4
10	Computers and packaged software	1,864	1,862	1,792	1,840	21,062	0.1	3.9
11	Other products	3,306	3,514	3,588	3,712	42,491	-5.9	-2.1
12	<b>Total, all trades</b>	<b>19,971</b>	<b>20,093</b>	<b>20,018</b>	<b>20,435</b>	<b>243,361</b>	<b>-0.6</b>	<b>0.4</b>
	<b>Regions</b>							
13	Newfoundland	184	183	188	189	2,233	0.5	-2.5
14	Prince Edward Island	47	49	46	46	530	-4.5	6.6
15	Nova Scotia	473	473	455	448	5,374	-0.1	4.0
16	New Brunswick	292	285	287	283	3,467	2.5	-0.7
17	Quebec	4,507	4,445	4,359	4,482	54,492	1.4	2.0
18	Ontario	8,703	8,810	8,781	9,050	105,940	-1.2	0.3
19	Manitoba	670	681	692	666	8,126	-1.7	-1.5
20	Saskatchewan	663	656	674	647	8,185	1.1	-2.6
21	Alberta	1,858	1,870	1,992	1,927	22,779	-0.6	-6.1
22	British Columbia	2,550	2,616	2,522	2,671	31,941	-2.5	3.7
23	Yukon	9	10	11	12	126	-4.9	-9.8
24	Northwest Territories	14	15	13	14	167	-1.8	15.9

Tableau 1.

## Ventes des marchands de gros, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région

Change from previous month  Variation du mois précédent		Change from previous year  Variation de l'année précédente					Groupe de commerce	N°
October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	Year-to-date 1995 Cumulatif		
per cent - pourcentage								
							<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
-1.5	2.6	-5.3	1.3	-0.8	-0.2	0.6	Produits alimentaires	1
1.8	0.6	11.8	5.9	5.3	9.0	7.7	Boissons, médicaments et tabac	2
-5.6	-0.8	-13.5	-6.4	-6.6	-0.8	-3.8	Vêtements et articles de mercerie	3
-8.1	-1.7	-4.5	-10.9	-7.0	6.5	3.5	Articles ménagers	4
-5.5	0.6	-14.3	-10.9	-9.5	-4.0	0.4	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
-0.8	1.5	0.5	-0.8	1.1	2.5	9.4	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
-2.1	3.1	-14.2	-10.3	-8.1	-4.6	-1.6	Bois et matériaux de construction	7
4.0	-2.0	3.0	-6.8	16.6	7.5	11.6	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
0.4	-2.3	-2.0	-0.2	0.3	-0.2	5.0	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
-2.6	6.5	16.6	14.6	12.8	19.1	14.7	Ordinateurs et logiciel	10
-3.3	1.9	-2.2	4.2	8.7	13.7	13.0	Produits divers	11
-2.0	1.3	-3.1	-0.6	0.9	3.9	5.5	<b>Total, ensemble des commerces</b>	12
							<b>Régions</b>	
-0.7	-1.4	0.4	1.7	6.3	7.5	2.1	Terre-Neuve	13
0.8	10.8	4.1	6.3	0.1	-3.5	-4.2	Île-du-Prince-Édouard	14
1.5	0.1	0.8	10.9	7.7	8.8	8.0	Nouvelle-Écosse	15
1.4	-2.1	-0.4	0.4	7.1	3.9	9.6	Nouveau-Brunswick	16
-2.8	0.8	-5.9	-1.2	-1.0	3.3	3.8	Québec	17
-3.0	3.0	-0.9	1.2	2.6	7.3	8.9	Ontario	18
3.8	-3.0	1.9	1.5	4.4	0.4	6.6	Manitoba	19
4.1	-3.0	-1.5	2.3	12.0	6.6	14.1	Saskatchewan	20
3.3	0.7	-3.3	-4.6	2.4	0.4	2.6	Alberta	21
-5.6	0.1	-7.8	-5.4	-7.7	-4.0	-2.2	Colombie-Britannique	22
-5.1	-8.6	-8.5	6.8	26.8	50.4	14.4	Yukon	23
-12.0	-5.2	-1.1	17.2	7.4	15.5	13.2	Territoires du Nord-Ouest	24



Table 2.

## Wholesale Merchants Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region

No.	Trade Group	Sales				
		Ventes				
		December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	Year-to-date 1995 Cumulatif
		millions of dollars - millions de dollars				
	<b>Trade Group - Canada</b>					
1	Food products	3,628	3,622	3,452	3,545	42,685
2	Beverage, drug and tobacco products	1,215	1,385	1,315	1,221	14,169
3	Apparel and dry goods	236	408	470	550	5,359
4	Household goods	598	797	756	782	7,599
5	Motor vehicles, parts and accessories	1,803	2,303	2,204	2,299	26,562
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1,321	1,731	1,720	1,679	19,370
7	Lumber and building materials	1,245	1,647	1,811	1,882	20,559
8	Farm machinery, equipment and supplies	478	394	597	495	6,001
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	3,053	3,218	3,163	3,116	37,153
10	Computers and packaged software	2,293	1,846	1,588	2,004	21,054
11	Other products	3,023	3,664	3,830	3,728	42,411
12	<b>Total, all trades</b>	<b>18,892</b>	<b>21,015</b>	<b>20,905</b>	<b>21,301</b>	<b>242,922</b>
	<b>Regions</b>					
13	Newfoundland	181	193	209	208	2,237
14	Prince Edward Island	47	49	45	45	532
15	Nova Scotia	464	457	451	464	5,371
16	New Brunswick	283	293	302	300	3,459
17	Quebec	4,167	4,688	4,629	4,843	54,424
18	Ontario	8,326	9,461	9,174	9,330	105,709
19	Manitoba	587	677	706	670	8,104
20	Saskatchewan	609	592	703	649	8,129
21	Alberta	1,799	1,937	2,101	2,015	22,737
22	British Columbia	2,406	2,645	2,560	2,748	31,925
23	Yukon	10	9	12	13	128
24	Northwest Territories	13	13	13	16	167

Tableau 2.

## Ventes des marchands de gros, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région

Change from previous year					Groupe de commerce	N°
Variation de l'année précédente						
December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	Year-to-date 1995 Cumulatif		
per cent - pourcentage						
					<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
-6.8	2.4	-0.7	-1.6	0.4	Produits alimentaires	1
8.4	9.1	7.3	3.9	7.5	Boissons, médicaments et tabac	2
-21.5	-6.7	-5.9	-3.7	-2.7	Vêtements et articles de mercerie	3
-6.2	-11.1	-3.7	6.1	1.9	Articles ménagers	4
-15.4	-10.1	-9.4	-4.5	--	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
-1.7	-1.0	4.0	-0.7	8.9	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
-14.1	-8.1	-5.0	-6.4	-2.5	Bois et matériaux de construction	7
1.1	-7.0	21.8	1.8	12.0	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
-2.9	-1.2	2.3	-2.0	5.2	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
17.7	11.5	11.6	21.1	14.8	Ordinateurs et logiciels	10
-4.7	4.9	12.3	12.5	12.8	Produits divers	11
-3.7	-0.3	2.5	2.2	5.3	<b>Total, ensemble des commerces</b>	12
					<b>Régions</b>	
-2.5	-1.1	7.5	5.9	2.5	Terre-Neuve	13
3.3	14.6	0.6	-6.2	-4.2	Île-du-Prince-Édouard	14
-0.2	11.5	8.4	6.7	7.8	Nouvelle-Écosse	15
-0.5	-0.3	9.4	1.8	9.0	Nouveau-Brunswick	16
-5.0	-2.5	-0.5	1.3	3.8	Québec	17
-2.3	2.4	4.4	5.5	8.5	Ontario	18
0.1	5.4	4.6	-3.9	6.1	Manitoba	19
-1.8	0.6	14.8	-1.4	14.1	Saskatchewan	20
-3.0	-5.5	7.0	2.0	2.4	Alberta	21
-8.8	-4.8	-6.9	-4.7	-2.4	Colombie-Britannique	22
-3.9	0.2	27.4	41.0	15.3	Yukon	23
3.5	7.6	6.2	20.4	12.6	Territoires du Nord-Ouest	24

Table 3.

## Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Sales

No.	Trade Group	Response Fraction			
		Fraction de réponse			
		December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre
		per cent - pourcentage			
	<b>Trade Group - Canada</b>				
1	Food products	94.1	93.9	92.8	93.4
2	Beverage, drug and tobacco products	88.9	90.4	91.8	91.9
3	Apparel and dry goods	87.0	89.3	87.8	88.3
4	Household goods	89.8	95.7	94.2	94.3
5	Motor vehicles, parts and accessories	89.8	92.1	91.2	93.0
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	91.8	90.3	85.6	85.3
7	Lumber and building materials	86.5	88.3	90.2	90.3
8	Farm machinery, equipment and supplies	88.1	88.9	92.6	92.2
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	82.1	83.4	85.3	84.9
10	Computers and packaged software	90.6	92.0	90.7	90.9
11	Other products	89.4	88.4	88.1	89.4
12	<b>Total, all trades</b>	<b>89.2</b>	<b>89.9</b>	<b>89.5</b>	<b>90.1</b>
	<b>Regions</b>				
13	Newfoundland	92.2	91.5	90.8	90.4
14	Prince Edward Island	81.2	85.9	84.1	85.7
15	Nova Scotia	90.1	88.7	87.3	86.9
16	New Brunswick	87.2	84.1	84.7	81.5
17	Quebec	91.4	92.3	91.7	92.7
18	Ontario	87.9	88.7	88.5	89.1
19	Manitoba	89.6	85.9	88.8	89.8
20	Saskatchewan	88.2	88.5	89.0	88.4
21	Alberta	87.6	90.5	90.1	90.7
22	British Columbia	91.2	92.0	90.3	90.2
23	Yukon	79.4	83.2	94.3	83.6
24	Northwest Territories	69.3	76.2	71.9	79.5



Tableau 3.

## Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des ventes

Coefficient of variation				Groupe de commerce	N°
Coefficient de variation					
December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre		
per cent - pourcentage					
				<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
2.0	2.1	2.1	2.1	2.1 Produits alimentaires	1
2.8	3.7	3.4	3.1	3.1 Boissons, médicaments et tabac	2
8.3	6.6	15.2	10.0	Vêtements et articles de mercerie	3
8.1	7.3	8.1	7.8	Articles ménagers	4
4.0	3.8	5.6	5.3	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
7.5	6.6	6.8	5.8	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
4.8	4.7	5.4	5.1	Bois et matériaux de construction	7
6.3	5.8	5.5	4.7	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
3.9	3.4	3.1	3.1	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
3.7	5.3	4.3	3.3	Ordinateurs et logiciels	10
3.7	3.9	4.1	4.2	Produits divers	11
1.3	1.4	1.5	1.4	<b>Total, ensemble des commerces</b>	12
				<b>Régions</b>	
4.6	4.1	4.0	3.7	Terre-Neuve	13
2.4	2.3	2.2	2.9	Île-du-Prince-Édouard	14
6.4	4.1	4.7	4.2	Nouvelle-Écosse	15
7.5	2.9	3.0	2.8	Nouveau-Brunswick	16
2.7	2.6	3.1	2.7	Québec	17
2.3	2.3	2.6	2.4	Ontario	18
3.0	5.6	5.0	4.2	Manitoba	19
4.4	4.1	7.1	6.7	Saskatchewan	20
3.8	4.3	4.3	4.3	Alberta	21
3.2	3.6	3.3	3.5	Colombie-Britannique	22
8.4	1.2	4.4	1.4	Yukon	23
0.4	0.2	0.2	1.1	Territoires du Nord-Ouest	24

Table 4.

## Wholesale Merchants Inventories, Seasonally Adjusted, by Trade Group

No.	Trade Group	Inventories Stocks				Change from previous month Variation du mois précédent	
		December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	December 1995 Décembre	November 1995 Novembre
		millions of dollars - millions de dollars					
	<b>Trade Group - Canada</b>						
1	Food products	2,320	2,348	2,295	2,271	-1.2	2.3
2	Beverage, drug and tobacco products	1,483	1,463	1,436	1,421	1.3	1.9
3	Apparel and dry goods	1,042	1,044	1,072	1,022	-0.2	-2.6
4	Household goods	1,489	1,510	1,538	1,551	-1.4	-1.8
5	Motor vehicles, parts and accessories	4,369	4,300	4,214	4,175	1.6	2.1
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	2,942	2,904	2,907	2,918	1.3	-0.1
7	Lumber and building materials	3,171	3,201	3,229	3,197	-0.9	-0.9
8	Farm machinery, equipment and supplies	1,575	1,601	1,547	1,523	-1.6	3.5
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	6,989	7,021	6,911	6,860	-0.5	1.6
10	Computers and packaged software	1,809	1,857	1,827	1,845	-2.6	1.7
11	Other products	4,761	4,698	4,707	4,666	1.3	-0.2
12	<b>Total, all trades</b>	<b>31,949</b>	<b>31,949</b>	<b>31,682</b>	<b>31,450</b>	<b>—</b>	<b>0.8</b>

Table 5.

## Wholesale Merchants Inventories, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group

No.	Trade Group	Inventories Stocks			
		December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre
		millions of dollars - millions de dollars			
	<b>Trade Group - Canada</b>				
1	Food products	2,354	2,403	2,351	2,289
2	Beverage, drug and tobacco products	1,502	1,499	1,484	1,484
3	Apparel and dry goods	997	948	1,011	1,029
4	Household goods	1,433	1,516	1,625	1,608
5	Motor vehicles, parts and accessories	4,124	3,977	4,050	4,091
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	2,844	2,786	2,816	2,913
7	Lumber and building materials	2,970	2,945	3,029	3,056
8	Farm machinery, equipment and supplies	1,516	1,530	1,507	1,473
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	6,802	6,937	6,935	6,879
10	Computers and packaged software	1,778	1,838	1,805	1,783
11	Other products	4,666	4,624	4,700	4,585
12	<b>Total, all trades</b>	<b>30,987</b>	<b>31,003</b>	<b>31,313</b>	<b>31,190</b>

Tableau 4.

## Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce

Change from previous month Variation du mois précédent		Change from previous year Variation de l'année précédente				Groupe de commerce	N°
October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre		
per cent - pourcentage							
						<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
1.1	0.8	0.1	4.0	0.6	1.0	Produits alimentaires	1
1.1	0.9	3.4	0.6	-0.3	-3.2	Boissons, médicaments et tabac	2
4.9	-0.6	-2.3	1.0	-1.4	-6.3	Vêtements et articles de mercerie	3
-0.9	2.5	3.0	6.1	11.9	18.2	Articles ménagers	4
0.9	-0.8	15.7	13.4	11.7	13.6	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
-0.4	1.3	11.2	11.6	13.2	13.9	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
1.0	-0.2	7.3	7.5	10.4	10.8	Bois et matériaux de construction	7
1.6	0.9	0.3	-3.5	-6.7	-5.8	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
0.7	--	12.5	13.5	8.8	9.8	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
-1.0	5.6	2.0	6.9	5.5	5.7	Ordinateurs et logiciels	10
0.9	1.0	17.7	17.6	20.2	21.7	Produits divers	11
0.7	0.7	9.3	9.7	8.9	9.6	<b>Total, ensemble des commerces</b>	12

Tableau 5.

## Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce

Change from previous year Variation de l'année précédente				Groupe de commerce	N°
December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre		
per cent - pourcentage					
				<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
-1.9	3.5	-0.7	-2.5	Produits alimentaires	1
8.1	5.0	2.4	2.6	Boissons, médicaments et tabac	2
-2.0	1.5	0.2	-6.5	Vêtements et articles de mercerie	3
2.8	6.8	12.9	18.8	Articles ménagers	4
16.7	13.6	10.8	12.1	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
11.1	11.3	12.9	14.0	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
7.3	7.6	10.7	10.6	Bois et matériaux de construction	7
-0.6	-2.7	-6.1	-6.1	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
12.4	13.8	8.4	9.2	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
3.4	9.6	7.0	8.4	Ordinateurs et logiciels	10
17.1	16.2	20.5	21.8	Produits divers	11
9.3	10.1	9.0	9.5	<b>Total, ensemble des commerces</b>	12



Table 6.

## Wholesale Merchants, Inventories/Sales Ratio Seasonally Adjusted, by Trade Group

No.	Trade Group	Inventories/sales ratio Rapport stocks/ventes			
		December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre
	<b>Trade Group - Canada</b>				
1	Food products	0.66	0.67	0.66	0.65
2	Beverage, drug and tobacco products	1.19	1.18	1.19	1.19
3	Apparel and dry goods	2.47	2.37	2.50	2.25
4	Household goods	2.38	2.46	2.55	2.37
5	Motor Vehicles, parts and accessories	2.02	2.01	2.04	1.91
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1.82	1.80	1.82	1.81
7	Lumber and building materials	1.93	1.96	1.95	1.89
8	Farm machinery, equipment and supplies	3.09	3.54	2.92	2.99
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	2.27	2.29	2.25	2.24
10	Computers and packaged software	0.97	1.00	1.02	1.00
11	Other products	1.44	1.34	1.31	1.26
12	<b>Total, all trades</b>	<b>1.60</b>	<b>1.59</b>	<b>1.58</b>	<b>1.54</b>

Table 7.

## Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Inventories

No.	Trade Group	Response fraction Fraction de réponse			
		December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre
		per cent - pourcentage			
	<b>Trade Group - Canada</b>				
1	Food products	83.6	84.8	83.8	84.7
2	Beverage, drug and tobacco products	86.6	84.4	87.6	86.5
3	Apparel and dry goods	63.7	62.6	66.0	60.7
4	Household goods	76.4	85.2	77.9	81.1
5	Motor Vehicles, parts and accessories	82.2	84.4	70.5	85.1
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	84.1	83.0	79.7	76.9
7	Lumber and building materials	72.9	71.9	76.1	72.0
8	Farm machinery, equipment and supplies	81.5	79.0	78.8	78.7
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	72.9	72.6	75.2	74.4
10	Computers and packaged software	69.9	79.9	72.9	75.0
11	Other products	69.3	68.8	68.8	68.7
12	<b>Total, all trades</b>	<b>76.2</b>	<b>77.0</b>	<b>75.2</b>	<b>76.5</b>

Tableau 6.

## Marchands de gros, rapport stocks/ventes désaisonnalisés, selon le groupe de commerce

Inventories/sales ratio Rapport stocks/ventes				Groupe de commerce	N <sup>o</sup>
December 1994 Décembre	November 1994 Novembre	October 1994 Octobre	September 1994 Septembre		
				<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
0.61	0.60	0.61	0.61	Produits alimentaires	1
1.32	1.29	1.24	1.18	Boissons, médicaments et tabac	2
2.40	2.27	2.05	2.31	Vêtements et articles de mercerie	3
2.01	2.11	2.05	2.04	Articles ménagers	4
1.62	1.70	1.68	1.67	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
				Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
1.63	1.69	1.72	1.73	Bois et matériaux de construction	7
1.62	1.66	1.64	1.68	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
3.42	3.37	3.49	3.36	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
2.08	1.97	1.97	1.96	Ordinateurs et logiciels	10
1.14	1.26	1.26	1.25	Produits divers	11
1.20	1.21	1.20	1.25	<b>Total, ensemble des commerces</b>	12
<b>1.46</b>	<b>1.46</b>	<b>1.45</b>	<b>1.46</b>		

Tableau 7.

## Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des stocks

Coefficient of variation Coefficient de variation				Groupe de commerce	N <sup>o</sup>
December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre		
per cent - pourcentage					
				<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
3.7	4.3	4.2	3.8	Produits alimentaires,	1
5.2	5.8	5.7	5.2	Boissons, médicaments et tabac	2
19.5	7.3	6.7	6.7	Vêtements et articles de mercerie	3
8.1	9.0	9.9	8.3	Articles ménagers	4
4.5	5.6	5.1	5.9	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
5.5	5.3	5.1	5.1	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
7.4	7.3	7.2	7.0	Bois et matériaux de construction	7
5.9	5.8	5.7	5.8	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
3.6	3.4	3.4	3.4	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
4.1	5.8	5.2	5.2	Ordinateurs et logiciels	10
7.1	5.8	5.7	5.6	Produits divers	11
<b>1.9</b>	<b>1.8</b>	<b>1.8</b>	<b>1.8</b>	<b>Total, ensemble des commerces</b>	12

# Pick a topic... any topic

The **1994 Statistics Canada Catalogue** is your guide to the most complete collection of facts and figures on Canada's changing business, social and economic environment. No matter what you need to know, the **Catalogue** will point you in the right direction.

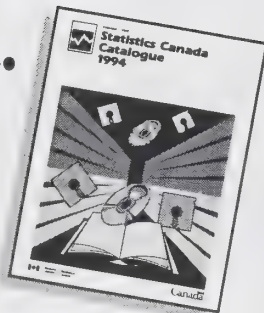
From the most popular topics of the day – like employment, income, trade, and education – to specific research studies – like mineral products shipped from Canadian ports and criminal victimization in urban areas – you'll find it all here.

**... the 1994 Statistics Canada Catalogue will help you get your bearings...**

The **Catalogue** puts all this information at your fingertips. With the expanded index, you can search by subject, author or title – even periodical articles are indexed. There's also a separate index for all our electronic products.

The **Catalogue** has everything you need to access all Statistics Canada's products:

- descriptions of over 25 new titles, plus succinct abstracts of the over 650 titles and 7 map series already produced;
- a complete guide to finding and using statistics;
- electronic products in a variety of media, and



advice on getting expert assistance on electronic products and on-line searches;

- tabs to each section -- so you can immediately flip to the information you need.

## ... time and time again

To make sure that the **Catalogue** stands up to frequent use, we used a specially coated cover to prevent broken spines, tattered edges and dog-eared corners.

Order today – you'll be lost without it.

## 1994 Statistics Canada Catalogue

Only \$15 (plus GST and applicable PST) in Canada (US\$18 in the U.S. and US\$21 in other countries). Quote Cat. no. 11-2040XPE.

## Write to:

Statistics Canada  
Operations and Integration  
Circulation Management  
120 Parkdale Avenue  
Ottawa, Ontario K1A 0T6

**Fax: (613) 951-1584**

**Call toll-free: 1-800-267-6677**

**Via Internet: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)**

Or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

# Choisissez un sujet... n'importe lequel

Le **Catalogue de Statistique Canada 1994** est votre guide pour la collection la plus complète de faits et de chiffres dans les domaines, en constante évolution, du commerce, de la société et de l'économie du Canada. Peu importe ce que vous voulez savoir, le **Catalogue** vous mettra sur la bonne piste.

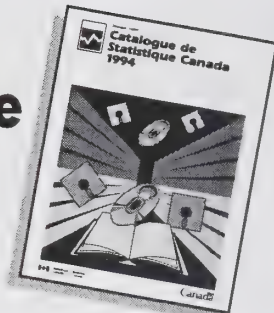
Des sujets actuels les plus populaires – comme l'emploi, le revenu, le commerce et l'éducation – à des études de recherche spécialisées – comme les produits minéraux expédiés des ports canadiens et la victimisation dans les régions urbaines – vous trouverez tout dans ce document.

## Le Catalogue de Statistique Canada 1994 vous aidera à vous orienter...

Le **Catalogue** vous met tous ces renseignements sous la main. L'index augmenté vous permet de chercher par sujet, auteur ou titre – les articles de périodiques sont même indexés. On a aussi ajouté un index séparé pour tous nos produits électroniques.

Le **Catalogue** a tout ce qu'il vous faut pour vous procurer les produits de Statistique Canada :

- descriptions de plus de 25 nouveaux titres et courts résumés des 650 titres et plus et des 7 séries de cartes déjà disponibles;
- guide complet pour obtenir et utiliser les données statistiques;
- produits électroniques sur supports divers et conseils sur l'obtention d'aide d'experts pour



les produits électroniques et les recherches en direct;

- système d'onglets pour chaque section – pour que vous puissiez immédiatement repérer les renseignements qui vous intéressent.

## ...maintes et maintes fois

Pour garantir que le **Catalogue** puisse résister à une utilisation fréquente, nous avons utilisé une couverture avec un revêtement spécial conçue pour éviter les dos cassés, les bords abîmés et les coins de page pliés.

Commandez aujourd'hui – vous ne pourrez plus vous en passer.

## Catalogue de Statistique Canada 1994

Seulement 15 \$ (plus la TPS et la TVP en vigueur) au Canada (18 \$ US aux États-Unis et 21 \$ US dans les autres pays). Indiquez le n° au catalogue : 11-2040XPE.

## Écrivez à :

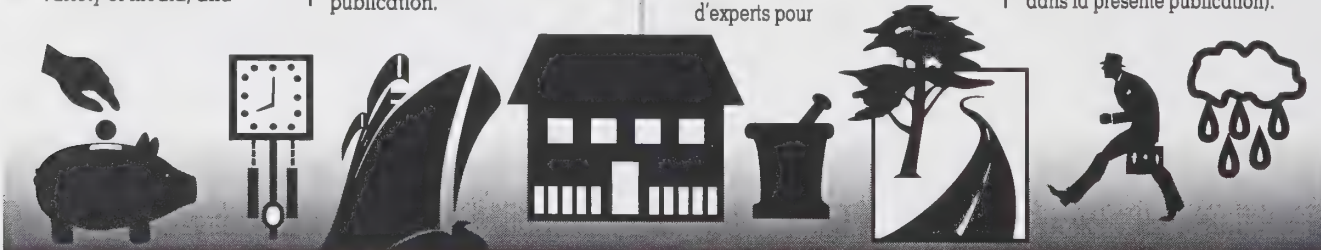
Statistique Canada  
Opérations et intégration  
Direction de la circulation  
120, avenue Parkdale  
Ottawa (Ontario) K1A 0T6

**Télécopieur : (613) 951-1584**

**Appels sans frais : 1-800-267-6677**

**Via l'Internet : [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)**

Ou contactez le Centre de consultation de Statistique Canada le plus proche (voir la liste figurant dans la présente publication).





# ORDER FORM

Statistics Canada



**Statistics Canada  
Operations and Integration  
Circulation Management  
120 Parkdale Avenue  
Ottawa, Ontario  
Canada K1A 0T6**

(Please print)



**1-800-267-6677**

Charge to VISA or MasterCard. Outside Canada and the U.S. call (613) 951-7277. Please do not send confirmation.



INTERNET: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)



**(613) 951-1584**

VISA, MasterCard and  
Purchase Orders only.  
Please do not send  
confirmation. A fax will be  
treated as an original order.

**METHOD OF PAYMENT:**

*(Check only one)*

☐ Please charge my: ☐ VISA ☐ MasterCard

Card Number

Signature \_\_\_\_\_

Expiry Date	
-------------	--

☐ Payment enclosed \$ \_\_\_\_\_

Please make cheque or money order payable to the  
*Receiver General for Canada - Publications.*

 **Purchase Order Number**  
(Please enclose)

**Authorized Signature**

[illegible]

► Note: Catalogue prices for U.S. and other countries are shown in US dollars.

**GST Registration # R121491807**

► Cheque or money order should be made payable to the Receiver General for Canada - Publications.

Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST and applicable PST. Foreign clients pay total amount in US funds drawn on a US bank. Prices for US and foreign clients are shown in US dollars.

**SUBTOTAL**

**DISCOUNT**  
(if applicable)

**GST (7%)  
and applicable PST  
(Canadian clients only)**

**GRAND TOTAL**

PF 093238

## THANK YOU FOR YOUR ORDER!

Statistics  
CanadaStatistique  
Canada

# Canada



# BON DE COMMANDE

Statistique Canada

## ENVOYEZ À:



Statistique Canada  
Opérations et intégration  
Direction de la circulation  
120, avenue Parkdale  
Ottawa (Ontario)  
Canada K1A 0T6

(Veuillez écrire en  
caractères  
d'imprimerie.)

Compagnie

Service

À l'attention de

Fonction

Adresse

Ville

( )

Province

( )

Code postal

Téléphone

Télécopieur

Veuillez vous assurer de remplir le bon au complet.

## COMPOSEZ:



1-800-267-6677

Faites débiter votre compte  
VISA ou MasterCard. De  
l'extérieur du Canada et des  
États-Unis, composez le  
(613) 951-7277. Veuillez ne  
pas envoyer de confirmation.



INTERNET: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)

## TÉLÉCOPIEZ AU:



(613) 951-1584

VISA, MasterCard et bon  
de commande seulement.  
Veuillez ne pas envoyer  
de confirmation. Le bon  
télécopié tient lieu de  
commande originale.

## MODALITÉS DE PAIEMENT:

(Cochez une seule case)

☐ Veuillez débiter mon compte ☐ VISA ☐ MasterCard

N° de carte

Signature

Date d'expiration

☐ Paiement inclus \$

Veuillez faire parvenir votre chèque ou mandat-poste à l'ordre du  
Receveur général du Canada – Publications.

☐ N° du bon de commande

(Veuillez joindre le bon)

Signature de la personne autorisée

Numéro au catalogue	Titre	Édition demandée ou inscrire "A" pour les abonnements	Abonnement annuel ou prix de la publication			Quantité	Total \$
			Canada \$	États-Unis \$ US	Autres pays \$ US		

► Veuillez noter que les prix au catalogue pour les É.-U. et les autres pays sont donnés en dollars américains.

► TPS N° R121491807

► Le chèque ou mandat-poste doit être établi à l'ordre du  
Receveur général du Canada – Publications.

► Les clients canadiens paient en dollars canadiens et ajoutent la TPS de 7 % et la TVP en vigueur. Les clients à l'étranger paient le montant total en dollars US tirés sur une banque américaine.

TOTAL

RÉDUCTION  
(s'il y a lieu)

TPS (7 %)  
et la TVP en vigueur.  
(Clients canadiens seulement)

TOTAL GÉNÉRAL

PF 093238

# MERCI DE VOTRE COMMANDE!



Statistique  
Canada

Statistics  
Canada

# Canada



# Canada: A Portrait

## A Memorable Journey Through Canada

A book to captivate everyone, **Canada: A Portrait** is a compelling record in words and pictures of the excitement and diversity of present-day Canada. This all-new edition of Statistics Canada's proven bestseller features a striking full-colour dustjacket reproduction of Sweetgrass, the rich impressionistic painting by Canadian artist Frank Mayrs. Once you open its appealing cover, you will discover that **Canada: A Portrait** not only delights the eye, it stimulates the imagination. Each page is brimming with lively and intriguing facts, bringing to life the personality and charisma of Canada in a clear, easy-to-read and entertaining narrative.



### From the important to the whimsical...

**Canada: A Portrait** presents you with the perfect opportunity to explore Canada at your leisure with just the turn of a page. Investigate the diverse regions of Canada from Mount Logan in the Yukon to the St. John River in New Brunswick. Delve into the heartbeat of Canada's society: Who are we? Where do we live? What do we believe in? See how the economy is evolving and what makes it tick. Learn about the activities enjoyed by today's Canadians, such as opera and hockey and home computers. **Canada: A Portrait** offers a complete examination of this unique country and reflects many interesting perspectives.

### The Land, The People, The Society, Arts and Leisure, The Economy and Canada in the World

Six chapters provide a guided tour of both the physical and the human landscape of Canada. Each chapter is enriched with personal insights on "being Canadian," shared with you by such eminent people as Myriam Bédard, Gerhard Herzberg and Joe Schlesinger and is adorned with a gallery of imaginative pictorial images.

### Share the **Canada: A Portrait** experience with your family, friends and colleagues

Its charming format, rich design, intriguing content and attractive price make this a keepsake volume, ideal both to give and to receive.

**Canada: A Portrait** is available for only \$39.95 in Canada (plus GST, applicable PST and shipping and handling), US \$51.95 in the United States and US \$59.95 in other countries. To order, write to Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication. Call toll-free: 1-800-700-1033 and use your Visa and MasterCard or fax your order to (613) 951-1584.

# Un portrait du Canada

## Un voyage mémorable à travers le Canada

**Un portrait du Canada** captivera tout le monde. C'est un recueil irrésistible, en mots et en images, de tout ce qui fait le dynamisme et la diversité du Canada d'aujourd'hui. Cette nouvelle édition de l'indiscutable best-seller de Statistique Canada offre, sur la jaquette, un magnifique paysage impressionniste, intitulé Sweetgrass, de l'artiste canadien Frank Mayrs. Dès la première page, vous serez fasciné par la beauté des images et du texte et vous laisserez vagabonder votre imagination. Chaque page regorge de faits vivants et intrigants donnant vie au caractère et au magnétisme du Canada dans une langue claire, simple et prenante.

### De l'important au fantaisiste...

**Un portrait du Canada** vous permet de visiter le pays durant vos moments libres simplement en tournant les pages. Du mont Logan (Yukon) à la rivière Saint-Jean (Nouveau-Brunswick), tâtez le pouls des différentes régions du Canada. Fouillez au coeur même de la société canadienne : Qui sommes-nous? Où vivons-nous? Quelles sont nos croyances? Voyez comment l'économie évolue et pourquoi elle tourne. Découvrez les activités préférées des Canadiens d'aujourd'hui : de l'opéra au hockey jusqu'à l'ordinateur familial. **Un portrait du Canada** offre un examen complet de ce pays unique reflétant des perspectives intéressantes.

### Le territoire, La population, La société, Les arts et les loisirs, L'économie et Le Canada dans le monde

Un tour guidé du paysage physique et humain du Canada vous est offert en six chapitres, chacun est parsemé d'oeuvres pleines d'imagination et est enrichi d'un message personnel sur le fait «d'être Canadien». Ces messages sont partagés par d'éminents Canadiens tels que Myriam Bédard, Gerhard Herzberg et Joe Schlesinger.

### Partagez cette expérience avec votre famille, vos amis et vos collègues

Son format attrayant, son design riche, son contenu intrigant et son prix alléchant font d'**Un portrait du Canada** un cadeau idéal à donner ou à recevoir.

**Un portrait du Canada** est en vente à seulement 39,95 \$ au Canada (TPS, TVQ et frais de port et de manutention applicables en sus), 51,95 \$ US aux États-Unis et 59,95 \$ US dans les autres pays. Pour commander, écrivez à Statistique Canada, Division des opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6 ou communiquez avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près (la liste figure dans la présente publication). Ou encore, téléphonez sans frais au 1-800-700-1033 et portez les frais à votre compte VISA ou MasterCard ou télécopiez votre commande au (613) 951-1584.



# Agriculture Statistics at work for you

**D**id you know that Statistics Canada's **Agriculture Division** provides many of its clients with **special services** tailor-made to meet their unique data requirements? Agriculture Division has a variety of information sources at its fingertips that can be used to provide you with **the data you need to make important decisions as an agri-business specialist**.

## SPECIAL TABULATIONS

**Looking for specific agriculture data to help in your day-to-day work?** Agriculture Division can provide you with customized tables and reports that give you the data you require. You can pick and choose the variables from one or more of our databases and receive them in a format that **best suits your needs**.

## ANALYTICAL STUDIES

**Require in-depth analysis of the data that affect your industry or market?** Agriculture Division's specialized team of professionals has the hands-on experience in data analysis **you want working for you**.

## CUSTOM SURVEYS

**Do you need information that no one has but you don't know how to get it?** Agriculture Division can conduct a special survey or expand on an existing one **just for you**.

**Find out for yourself what many agriculture professionals have known for years — Statistics Canada has the know-how and expertise to get the job done!**

# Les statistiques agricoles à votre service

**S**aviez-vous que la **Division de l'agriculture** de Statistique Canada fournit à un grand nombre de ses clients des **services spéciaux** qui sont adaptés à leurs besoins en matière de données? La Division puise à même une vaste gamme de renseignements pour vous fournir **les données qu'il vous faut pour prendre des décisions importantes en tant que spécialiste de l'agroalimentaire**.

## TOTALISATIONS SPÉCIALES

**Vous cherchez des données précises sur l'agriculture pour vous aider dans votre travail quotidien?** La Division de l'agriculture peut vous fournir des tableaux et des rapports personnalisés qui renferment les données requises. Vous pouvez choisir les variables qui vous intéressent à partir de l'une ou plusieurs de nos bases de données et recevoir les totalisations sous la forme **qui répond le mieux à vos besoins**.

## ÉTUDES ANALYTIQUES

**Vous voulez une analyse approfondie des données qui touchent votre industrie ou votre marché?** L'équipe de spécialistes de la Division de l'agriculture possède l'expérience pratique de l'analyse des données **dont vous avez besoin**.

## ENQUÊTES PERSONNALISÉES

**Vous voulez des renseignements inédits mais vous ne savez pas comment les obtenir?** La Division de l'agriculture peut mener une enquête spéciale ou élargir la portée d'une enquête existante, **uniquement pour vous**.

**Ne ratez pas l'occasion de découvrir ce que bien des professionnels du domaine de l'agriculture savent depuis des années - Statistique Canada**

Call us toll-free at 1-800-465-1991 or contact the Statistics Canada Regional Reference Centre nearest you and find out today what we can do for you!  
**Statistics Canada Regional Reference Centres:**

**Halifax**  
1-800-565-7192  
(902) 426-5331  
Fax: (902) 426-9538

**Ottawa**  
(613) 951-8116  
Fax: (613) 951-0581

**Winnipeg**  
1-800-661-7828  
(204) 983-4020  
Fax: (204) 983-7543

**Calgary**  
1-800-882-5616  
(403) 292-6717  
Fax: (403) 292-4958

**Vancouver**  
1-800-663-1551  
(604) 666-3691  
Fax: (604) 666-4863

**Montréal**  
1-800-361-2831  
(514) 283-5725  
Fax: (514) 283-9350

**Toronto**  
1-800-263-1136  
(416) 973-6586  
Fax: (416) 973-7475

**Regina**  
1-800-667-7164  
(306) 780-5405  
Fax: (306) 780-5403

**Edmonton**  
1-800-563-7828  
(403) 495-3027  
Fax: (403) 495-5318

**Telecommunications Device for the Hearing Impaired / Appareils de télécommunications pour les malentendants**  
1-800-363-7629

**Centres de consultation régionaux de Statistique Canada :**

